



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

**“Cultura tributaria y rentabilidad en los Centros Comerciales de Lima Norte,
2017”**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

CONTADOR PÚBLICO

AUTOR:

Melissa Liliana Meregildo Suchero

ASESOR:


Mg. Alberto Álvarez López

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Tributación

LIMA – PERÚ

2018

 UCV UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
--	---------------------------------------	---

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (ña) Melissa Lilia Merregildo Suchero, cuyo título es: "Cultura tributaria y rentabilidad en los Centros Comerciales de Lima Norte, 2017"

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 17 (número) diecisiete (letras).

Los Olivos, 10 de diciembre del 2018

.....
 PRESIDENTE

Dr. Alberto Alvarado Lopez

.....
 SECRETARIO

.....
 VOCAL *Mg. Viter Hugo*
Fernández Berdeja

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------

DEDICATORIA

A mis padres, Luis Enrique y Liliana, quienes son un apoyo constante en mi vida y en el desarrollo de mis más deseados objetivos. Por su trabajo, sacrificio y amor en estos años de carrera universitaria.

A mi hermana, por ser mi mayor inspiración.

AGRADECIMIENTO

A Dios por brindarme fuerzas en este proceso para obtener uno de mis anhelos más deseados.

A mis papás por siempre ser el apoyo y la fortaleza en cada momento de debilidad y dificultad, por confiar en mis expectativas; y por los principios y valores forjados en mí.

AGRADECIMIENTO

A los docentes de la Universidad César Vallejo por su gran apoyo para el desarrollo de mi trabajo de investigación.

A cada profesor de la universidad que compartió sus conocimientos conmigo de primer a décimo ciclo.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

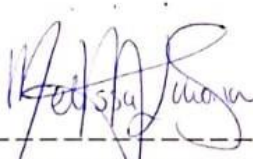
Yo, Melissa Liliana Meregildo Suchero, con DNI 76156315, con domicilio en Calle San Ernesto 6269 Santa Luisa - Los Olivos, estudiante de la carrera de Contabilidad de la Universidad César Vallejo del décimo ciclo, declaro la autenticidad de la presente tesis que se titula Cultura Tributaria y Rentabilidad en los Centros Comerciales de Lima Norte, año 2017; realizada con la finalidad de obtener el título profesional de Contador Público. Por lo que manifiesto bajo mi juramento que toda la información es verídica y legítima.

Además, expongo bajo mi juramento:

- a. Que se respetó las citas para las fuentes y referencias.
- b. Los resultados presentados son auténticos.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto como los documentos, como de la información aportada, sometiéndome de acuerdo a las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 10 de diciembre de 2018



Melissa Liliana Meregildo Suchero

DNI 76156315

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado calificador:

Situó a su disposición la tesis titulada “Cultura tributaria y rentabilidad en los Centros Comerciales de Lima Norte, 2017” cumpliendo con las normas determinadas en el reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo, a fin de obtener el título Profesional de Contador Público.

El presente trabajo de investigación está estructurado bajo el esquema de 8 capítulos. En el capítulo I, se encuentra la introducción. En capítulo II, se presenta el método de investigación. En el capítulo III, se exponen los resultados de la investigación. En el capítulo IV, las discusiones. En el capítulo V, las conclusiones. En el capítulo VI, se presentan las recomendaciones. En el capítulo VII se detallan las referencias bibliográficas. Y en el capítulo VII, los anexos.

Melissa Liliana Meregildo Suchero

INDICE

Página del jurado.....	ii
Declaración de autenticidad.....	vi
Presentación.....	vii
Índice.....	viii
Índice de tablas.....	x
Índice de figuras.....	xi
Resumen.....	xii
Abstract.....	xiii
CAPITULO I: INTRODUCCIÓN.....	14
1.1. Realidad problemática.....	15
1.2. Trabajos previos.....	16
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	21
1.3.1. Cultura Tributaria.....	21
Conocimiento Tributario.....	25
Conciencia Tributaria.....	28
1.3.2. Rentabilidad.....	31
Rentabilidad Económica.....	32
Rentabilidad Financiera.....	34
1.4. Formulación del problema.....	35
Problema general.....	35
Problemas específicos.....	36
1.5. Justificación del estudio.....	36
1.6. Objetivos.....	37
Objetivo general.....	37
Objetivos específicos.....	37
1.7. Hipótesis.....	37
Hipótesis general.....	37
Hipótesis específicas.....	37
CAPÍTULO II: MÉTODO.....	39
2.1. Tipo de estudio.....	40
2.2. Diseño de Investigación.....	40

2.3. Variables, Operacionalización.....	41
2.3.1. Cuadro de Operacionalización.....	42
2.4. Población y muestra.....	43
2.4.1. Población.....	43
2.4.2. Muestra.....	43
2.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	
2.5.1. Técnica de recolección de datos.....	44
2.5.2. Validez.....	45
2.5.3. Confiabilidad.....	46
2.6. Método de análisis de datos.....	46
2.7. Aspectos éticos.....	46
CAPITULO III: RESULTADOS.....	47
3.1. Análisis de confiabilidad del instrumento.....	48
3.2. Análisis descriptivo de los resultados.....	50
3.3. Análisis inferencial.....	66
3.3.1. Prueba de normalidad.....	66
3.3.2. Instrumento estadístico y nivel de medición.....	66
3.3.3. Contrastación de la hipótesis de investigación.....	67
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN.....	71
Discusión.....	72
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES.....	74
Conclusiones.....	75
CAPÍTULO VI: RECOMENDACIONES.....	77
Recomendaciones.....	78
CAPÍTULO VII: REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	79
CAPÍTULO VIII: ANEXOS.....	84

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Escala tipo Likert.....	45
Tabla 2 Validación de expertos.....	45
Tabla 3 Nivel de fiabilidad.....	48
Tabla 4 Resumen procesamiento de casos.....	48
Tabla 5 Nivel de fiabilidad variable cultura tributaria.....	49
Tabla 6 Nivel de fiabilidad variable rentabilidad.....	49
Tabla 7 ítem 01.....	50
Tabla 8 ítem 02.....	51
Tabla 9 ítem 03.....	52
Tabla 10 ítem 04.....	53
Tabla 11 ítem 05.....	54
Tabla 12 ítem 06.....	55
Tabla 13 ítem 07.....	56
Tabla 14 ítem 08.....	57
Tabla 15 ítem 09.....	58
Tabla 16 ítem 10.....	59
Tabla 17 ítem 11.....	60
Tabla 18 ítem 12.....	61
Tabla 19 ítem 13.....	62
Tabla 20 ítem 14.....	63
Tabla 21 ítem 15.....	64
Tabla 22 ítem 16.....	65
Tabla 23 Prueba de Shapiro-Wilk.....	66
Tabla 24 Valores de coeficiente de correlación.....	67
Tabla 25 Prueba de correlación de variables.....	68
Tabla 26 Prueba de correlación de variables hipótesis específica 1.....	68
Tabla 27 Prueba de correlación de variables hipótesis específica 2.....	69
Tabla 28 Prueba de correlación de variables hipótesis específica 3.....	70

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 ítem 01.....	50
Figura 2 ítem 02.....	51
Figura 3 ítem 03.....	52
Figura 4 ítem 04.....	53
Figura 5 ítem 05.....	54
Figura 6 ítem 06.....	55
Figura 7 ítem 07.....	56
Figura 8 ítem 08.....	57
Figura 9 ítem 09.....	58
Figura 10 ítem 10.....	59
Figura 11 ítem 11.....	60
Figura 12 ítem 12.....	61
Figura 13 ítem 13.....	62
Figura 14 ítem 14.....	63
Figura 15 ítem 15.....	64
Figura 16 ítem 16.....	65

RESUMEN

El objetivo general del trabajo de investigación es determinar la relación que existe entre la cultura tributaria y la rentabilidad de los Centros Comerciales de Lima Norte, 2017.

La investigación es de tipo básica, de nivel descriptivo - correlacional con un diseño no experimental, corte transversal. La muestra está compuesta por 33 trabajadores del área de contabilidad y finanzas de los Centros Comerciales de Lima Norte. Para recolectar los datos se usó como instrumento el cuestionario y la técnica aplicada fue la encuesta, en la cual se realizó 16 preguntas, se contabilizó con la escala de Likert categorizada de la siguiente manera (totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, indeciso, de acuerdo y totalmente de acuerdo), mediante esta evaluación que se dio a cada uno de los trabajadores se reflejó los resultados para las variables y dimensiones con gráficos de barras. Para una mayor validez el instrumento pasó el criterio de juicio de expertos, asimismo se encuentra soportado por la prueba estadística del Alfa de Cronbach.

El proyecto investigado obtuvo como conclusión con la suficiente convicción en base a nuestras evidencias estudiadas de lo siguiente: Existe relación entre cultura tributaria y rentabilidad en los Centros Comerciales de Lima Norte, 2017; obteniendo un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0.790 y el sig. (Bilateral) de 0.000, indicando un nivel de correlación positiva alta.

Palabras claves: Cultura tributaria, rentabilidad

ABSTRACT

The general objective of this research work is to determine the relationship between the tributary culture and the profitability of the Shopping Centers of Lima Norte, 2017.

The research's type is basic, its level is descriptive - correlational and the design that was applied is non-experimental, cross-sectional. The test consists of 33 people from the accounting and finance area of the Shopping Centers of Lima Norte. To recollect data, the questionnaire was used as an instrument and the technique that was applied is the survey, in which 16 questions were asked, and were counted with the Likert scale categorized as follows (totally disagree, disagree, undecided, agree and totally agree), through this evaluation that was given to each of the workers the results were reflected for the variables and dimensions with bar graphs. The criterion of expert judgment was used for the validity of the instruments, and it's also supported by the use of Cronbach's Alpha.

The research project was concluded with sufficient conviction based on our studied evidence of the following: There is a relationship between tributary culture and profitability in the Shopping Centers of Lima Norte, 2017; getting a Rho correlation coefficient of Spearman of 0.790 and sig. (Bilateral) of 0.000, which indicate a high positive correlation level.

Key words: Tributary culture, profitability

CAPÍTULO

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

Actualmente en diversos países se conoce que predomina una conducta en la sociedad contraria a la cancelación de los tributos, presentándose en actos de rehúso, obstinación, informalidad y evasión.

En el segundo semestre del año 2017, en Europa el promedio de la evasión fiscal fue de 15.2%, sin embargo, en Chile la evasión alcanzaba el 21%; según el diario Gestión.

Las Administraciones Tributarias de diversos países han concluido que la salida a las dificultades económicas y el progreso de diversas ciudades se encuentra en la educación tributaria; refiriéndose desde el ámbito social con la adquisición de valores morales y éticos, mediante un trato ciudadano el cual desencadena a la tributación y también al acatamiento de los deberes tributarios como una necesidad del país.

Es esencial fomentar una cultura tributaria mediante una apropiada política tributaria, la cual faculte a los contribuyentes a entender los deberes tributarios como un compromiso, conforme los valores democráticos.

Como se conoce, una de las principales dificultades que afronta el Perú es su elevado índice de evasión tributaria. Respecto a la evasión del Impuesto General a las Ventas, representa el 36%; y la evasión del Impuesto a la Renta, alcanza el 57% del total de la recaudación potencial. Esto impide que se efectúe el principal objetivo de la Administración Tributaria de nuestro país, el cual es el recaudo de los tributos más significativos con respecto a los fondos para el Estado, con la intención de financiar los gastos públicos y para su infraestructura, como, por ejemplo, la realización de obras, hospitales, colegios, entre otros gastos esenciales para la mejora económica, política y social del Perú.

En el caso de los Centros Comerciales del Perú, las modalidades de recaudación que ellos manejan son: El cobro de una renta mínima mensual por

el alquiler de los espacios y el cobro de una renta variable mensual que va en función de las ventas realizadas por los empresarios que se encuentran comercializando dentro.

En algunas de las empresas que comercializan dentro de los Centros Comerciales de Lima Norte podemos apreciar una cultura tributaria débil, la cual se refleja al no cumplir con sus obligaciones tributarias de diferentes maneras, como por ejemplo, no emitiendo comprobantes de pago por sus ventas, emitiendo documentos sin valor tributario, entre otros. Estas maneras de evasión perjudican también a los Centros Comerciales, ya que los comerciantes no reportan el total de sus ventas, viéndose afectado el cálculo de la renta variable y por ende los importes que se cobran por dicho concepto no son los correctos.

Este problema se da porque los comerciantes no poseen los conocimientos primordiales acerca de sus deberes tributarios y por un insuficiente nivel de conciencia tributaria.

1.2. Trabajos Previos

Cultura tributaria

Antecedentes internacionales

Banfi (2013), en su estudio titulado “La cultura tributaria para el cumplimiento de la obligación tributaria”, de tipo descriptivo mixto, desarrollada en la Universidad Rafael Belloso Chacín.

Se planteó como objetivo principal indagar la cultura tributaria como un elemento influyente de las obligaciones tributarias.

Como conclusión indica que los productos alcanzados demuestran que es viable efectuar estrategias para promover la cultura tributaria en los habitantes; aún más cuando se coloca un mayor realce en las peculiaridades individuales y

de reglas, debido a que de ese modo se innova una segura cultura tributaria que consienta cultivar en forma constante, íntegra, clara y moral su obligación tributaria.

Coque (2013), en su tesis titulada “Incidencia en la cultura tributaria del pago de los impuestos de los comerciantes de la calle “J” Solanda”, tipo de investigación analítica descriptiva, desarrollada en la Universidad Central del Ecuador, para obtener el título de licenciatura en ciencias de la educación, mención comercio y contabilidad.

Se planteó como objetivo general realizar una “guía tributaria” sobre el pago de los impuestos vigentes, a través de una profunda investigación de los pequeños comerciantes de la calle J en el barrio de Solanda, con el propósito de que conozcan cuáles son sus responsabilidades y obligaciones tributarias, cuales son los impuestos que deben pagar y la manera de hacerlo puntual y correctamente.

Como conclusión contribuye que se verificó que los comerciantes de la calle “J” en el barrio de Solanda cometen regulares errores tributarios, el principal es que no poseen el conocimiento de cómo se elaboran las declaraciones de impuestos en medios magnéticos.

Antecedentes nacionales

Florián (2017), en su tesis titulada “Cultura tributaria y calidad de la gestión recaudatoria en la gerencia de rentas de la municipalidad provincial de Barranca, 2016”, tipo de investigación básica correlacional, desarrollada en la Universidad César Vallejo, para lograr el grado de magister en gestión pública.

Se planteó como objetivo general establecer la correlación que hay entre la cultura tributaria y la calidad de la gestión recaudatoria en la administración de rentas de la municipalidad provincial de Barranca, 2016.

Como conclusión señala que sí hay correlación significativa entre las variables cultura tributaria y calidad de la gestión recaudatoria en la administración de rentas de la municipalidad de la provincia en el año 2016. En otras palabras, a más cultura tributaria habrá una superior calidad de la gestión para recolectar los tributos de las municipalidades.

Burga (2015), en su tesis titulada “Cultura tributaria y obligaciones tributarias en las empresas comerciales del emporio Gamarra, 2014”, tipo de investigación aplicada, no experimental, desarrollada en la Universidad San Martín de Porres para conseguir el título profesional de contador público.

Se planteó como objetivo principal establecer la incidencia de la cultura tributaria y las obligaciones tributarias en las empresas comerciales del Emporio Gamarra, 2014.

Concluyó que la carencia de una apropiada observación de conciencia tributaria en el país, impide efectuar la programación de las obligaciones tributarias en las compañías comerciales.

Effio (2015), en su estudio titulado “Cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado Huamantanga del distrito de Puente Piedra – Periodo 2015”, tipo de investigación descriptiva correlacional, desarrollada en la Universidad César Vallejo, para lograr el grado de contador público.

Se planteó como el principal objetivo determinar cómo la cultura tributaria de los comerciantes del mercado de Huamantanga influye en el acatamiento de sus deberes tributarios del distrito de Puente Piedra, periodo 2015.

En conclusión indica que la cultura tributaria de los comerciantes del mercado de Huamantanga influye en el acatamiento de sus deberes tributarios. Debido a que la cultura tributaria de los comerciantes del mercado de Huamantanga está en relación de manera directa con el cumplimiento de sus obligaciones

tributarias, es decir, si los ciudadanos poseen cultura tributaria igualmente cumplirán sus obligaciones tributarias y viceversa.

Rentabilidad

Antecedentes internacionales

Albornoz (2014), en su tesis titulada “Rentabilidad, Riesgo y Eficiencia de los Mercados Bursátiles Estadounidense, Español, Mexicano y Venezolano”, tipo de investigación descriptiva, desarrollada en la universidad Técnica de Córdoba, para obtener el doctorado.

Plantea como objetivo general estudiar el binomio rentabilidad riesgo y realizar una investigación de la teoría eficiencia del mercado y hacer el contraste empírico de los 3 componentes en los mercados financieros: estadounidense, español, mejicano y venezolano. De esa manera, se efectúan pruebas de eficiencia de los mercados en sus formas débil y semifuerte.

Como conclusión indica que conforme a los resultados recogidos sobre las pruebas de significación de los coeficientes beta; este parámetro en los títulos de los mercados estadounidense, español y mejicano, da un resultado estadístico significativo y ocurre para todos los títulos de los 3 mercados, con excepción de las empresas King Pharmaceuticals (mercado estadounidense) y Mexichem (mercado mexicano). La significancia estadística muestra que ese es el real comportamiento del mercado, el cual se basa en la propiedad estadística de inestabilidad que provoca el uso de Mínimos Cuadrados Ordinarios (MCO).

Díaz (2013), en su tesis titulada “Producción, comercialización y rentabilidad de La Naranja y su relación con la economía del cantón La Maná y su zona de influencia, año 2011”, tipo de investigación exploratoria, desarrollada en la universidad Técnica de Cotopaxi, para obtener el título de ingeniero comercial.

Se planteó el objetivo de realizar correctamente la indagación de la fabricación, comercialización y rentabilidad de la naranja en el Cantón La Maná por medios de la exploración de los indicadores financieros, análisis de los estados financieros y el flujo comercial de la naranja, para lograr reconocer sus verdaderos ingresos y egresos de la fabricación y la rentabilidad de la naranja.

Concluyó que después de desarrollar las investigaciones respectivas encaminados a la producción cítrica en el Cantón ha logrado excelentes condiciones físicas y climáticas, sin embargo, la carencia de asesoría técnica y la poca oferta en los mercados contribuye con que la actividad de producción se realice de manera lenta a pesar de la alta demanda, siendo un producto que inevitablemente existe en cada finca de los productores.

Antecedentes nacionales

Pachas (2016), en su tesis titulada “El planeamiento tributario como instrumento de gestión empresarial y la rentabilidad en las empresas de transporte terrestre de carga de Lima Metropolitana, 2014”, tipo de estudio aplicada – descriptiva, desarrollada en la Universidad San Martín de Porres, para lograr el título profesional de contador público.

Se planteó como su principal objetivo estudiar cómo el planeamiento tributario como herramienta de administración empresarial favorece en la rentabilidad de las empresas de transporte terrestre de carga de Lima Metropolitana.

Como conclusión, indica que las empresa estudiada en la investigación, no desempeñan sus deberes tributarios de forma estricta y pertinente, lo que ha ocasionado comprometer los recursos financieros de terceros muy costosos para efectuar dichas responsabilidades.

Marlon (2016), en su tesis titulada “Control interno y rentabilidad en la empresa Adm Aduanas S.A.C., Callao - 2015”, tipo de investigación descriptivo –

correlacional, desarrollada en la Universidad César Vallejo, para lograr el grado de contador público.

Se planteó como su objetivo principal averiguar la relación entre el control interno y la rentabilidad en la empresa ADM Aduanas S.A.C. en el periodo 2015.

Como conclusión indica que el control interno tiene una correlación directa con la rentabilidad ya que en los resultados de las encuestas se aprecia que sí hay una correlación significativa lo cual influirá posiblemente a la rentabilidad de la misma. Como apoyo se tiene el resultado conseguido en la validación de la hipótesis general, el cual tiene un alto porcentaje de correlación, así se concluye que es fundamental que la compañía cuente con trabajadores dispuestos a cumplir y realizar las funciones concedidas a cada uno, esto ayudará a que se monitoree y supervise las labores de los trabajadores, de igual manera capacite a los trabajadores a fin de mejorar constantemente sus funciones diarias.

Milla (2014), en su tesis titulada “Los beneficios tributarios de la Amazonía y la rentabilidad de la empresa IP Combustible S.A. Iquitos 2014”, de tipo de investigación básica, desarrollada en la Universidad César Vallejo, para conseguir el grado de contador público.

Se planteó como objetivo fijar la correlación que existe entre los beneficios tributarios de la Amazonía y la rentabilidad de la empresa IP Combustibles S.A., Iquitos 2014.

Como conclusión indica que se encontró una correlación positiva entre los beneficios tributarios de la Amazonía y la rentabilidad de la empresa IP Combustibles S.A. Iquitos. Por tanto, se confirma la hipótesis general.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Cultura Tributaria

Valero & Ramírez (2010) definen la cultura tributaria como un grupo de valoraciones, conocimientos y conductas alusivas a los tributos, asimismo, al grado de conciencia sobre los derechos y los deberes que provienen para los sujetos activos y pasivos de esta relación tributaria. (p.59)

Bromberg (2009), señala que la cultura tributaria reside en el grado de sabiduría el cual poseen las personas de una comunidad sobre el método tributario y sus ocupaciones. (p.13)

Sobre el concepto de cultura tributaria, Ataliba (2003) sostiene:

Los comportamientos que los ciudadanos adquieren. La expresión ante la administración tributaria. La manera en que los contribuyentes afrontan sus derechos y sus deberes ante la entidad tributaria. El comportamiento de los contribuyentes ante el sistema tributario. Es el epílogo de un transcurso, el cual comienza al educar tributariamente, continúa con la fomentación de conciencia tributaria y finaliza en la cultura tributaria, o sea, con la expresión de una manera de vida ante el sistema tributario de los países. (p.19)

Asimismo, Bravo (2011), conceptualiza la cultura tributaria como:

Un grupo de conductas y virtudes que promueven el acatamiento provechoso y efectivo de los deberes tributarios que le pertenece a todas las personas en forma de una obligación y una facultad de los ciudadanos. El desarrollo de la cultura tributaria hace posible la aprobación consciente y voluntaria del cumplimiento de los contribuyentes. (p.6)

En otras palabras, no consiste sólo en realizar el desembolso tributario a fin de concluir que deberá existir conciencia para comprender esta actividad tanto como una obligación como una facultad de los ciudadanos.

Solórzano (2011) agrega que el progreso de la cultura tributaria necesita de técnicas que concedan el apareamiento de renovaciones, de percepciones y de

acciones individuales y sociales, las que se entiendan en la contribución sensata y no obligatoria de los tributos. (p.12)

El cumplir con las obligaciones tributarias voluntariamente se relaciona con la moral fiscal la que está compuesta por la condescendencia al fraude escrito en la dimensión de las estimulaciones personales de los individuos y de los valores. (Solórzano, 2011, p.13).

Asimismo, León (2006) señala:

La cultura tributaria es esencial a fin de conseguir a mediano y largo plazo una recaudación razonable, para que sea viable realizar los acuerdos desde el punto de vista de planificación y recursos fiscales y presupuestarios. El concepto de cultura tributaria persuade métodos ligados a los propios enfoques de la antropología, sociología y ciencia política o entre aquellos que se encuentren formados y con experiencias en este ambiente de los conocimientos. (p. 25)

Roca (2008), define la cultura tributaria como un grupo de informaciones y nivel de sabiduría que en diversos países se posee acerca de impuestos, asimismo un grupo de hábitos, conductas, opiniones y percepciones que los ciudadanos poseen sobre tributación. (p.66)

Exigir a los ciudadanos a contribuir ayuda mucho a lograr el propósito de la Administración recaudadora de cada país; sin embargo, esto depende de la concientización que realicen los ciudadanos sobre el riesgo que genera el no pagar los tributos, lo que se encuentra de la mano de la capacidad de recaudación y sanción de la instancia a cargo. Si consideramos que tanto la ley, como el conocimiento, moderan las conductas de los individuos, se entiende el grado en el que se halla la cultura tributaria, debido a que es justamente en dichos componentes en donde más se puede evidenciar carencia de cultura cívica y conciencia en los ciudadanos dado que hay rompimiento o propagación para afrontar este rol, por este motivo se necesita una cultura de los ciudadanos

que respalde su destreza en el servicio y en el deber. Sobre lo mencionado Solórzano (2011) indica:

La cultura de los ciudadanos es un grupo de planes, proyectos y programas con el propósito de perfeccionar las circunstancias de la convivencia de los ciudadanos a través de un cambio sensato de las conductas, guiándose de la premisa de que el cambio voluntario de las costumbres y pensamientos de los ciudadanos podría volverse un elemento fundamental del gobierno, la sociedad civil y la gestión pública. (p.10)

Características de la cultura tributaria

Bromberg (2009) sostiene:

El objetivo fundamental de la cultura tributaria es establecer comportamientos correctos en cuanto a cumplir con las obligaciones tributarias y conductas opuestas a los actos engañosos, mediante la transferencia de valores y de ideas los cuales sean aceptados en el aspecto personal y apreciados en la sociedad, esto lleva una permuta cultural, la cual aclara el estado de largo plazo que acostumbra ser una propiedad muy significativo de toda estrategia en cuanto a crear cultura tributaria.

La importancia de impulsar la cultura tributaria

Roca (2008), afirma:

El obligar a cumplir con los deberes tributarios sería conveniente con el fin de alcanzar el objetivo de la recaudación fiscal, esto depende del darse cuenta del riesgo de los contribuyentes y de la habilidad de sanción y fiscalización de la Administración Tributaria. Sin embargo, hay teorías en la sociedad en las que se hace notar una quebradura entre la moral, la cultura y la ley, los cuales regularizan la conducta humana. La cultura en los ciudadanos, es un grupo de esquemas y propósitos los que están encaminados para reparar situaciones de

la convivencia de los ciudadanos, a través de un consciente cambio en las conductas, comenzando desde la premisa de que el cambio voluntario de las creencias y de los hábitos de la población podría ser un elemento decisivo de la sociedad civil y la gestión pública del gobierno. (p.30)

Para llevar a cabo políticas tributarias realmente efectivas, se debe considerar el componente social y humano. Aquellas reglas y programaciones tributarias no tienen la certeza de continuar en caso no se les brinda el adecuado cuidado a las actitudes, percepciones, creencias y conductas de los contribuyentes, asimismo a la moral colectiva y personal, también a las opiniones acerca de la manera de reorganizar la convivencia. (p.30)

Mogollón (2014) indica que:

Para cumplir con las labores asignadas y enfrentar los gastos, es necesario que el estado cuente con recursos, los que se adquieren mediante los distintos procesos legalmente estatuidos en principios legales constitucionales. Dentro de varios recursos se encuentran los recursos tributarios, contribuyendo con los ingresos del Estado, siendo los que el Estado consigue a través del ejercicio de su poder de imperio, o sea, a través de leyes las cuales establezcan obligaciones a cargo de los administrativos. La cancelación de los impuestos se podría realizar al apelar a la razón o al utilizar la coerción. La fuerza es mostrada en el cumplimiento obligatorio de las leyes y la razón solamente está dada por una cultura tributaria con sólidas bases. Para efectos de reforzar la cultura tributaria es necesario que los ciudadanos adquieran conocimientos acerca de los temas y entiendan el porqué es importante cumplir con las responsabilidades tributarias. (p.25)

Conocimiento Tributario

León (2006), sostiene que esta comprensión está alimentada de información oportuna y adecuada, los que los deben llevar hacia la aceptación, procedente de la concienciación. (p.25)

Bravo (2011) indica que:

El convivir en grupo y alcanzar mejores cosas de bienestar va en relación con responsabilidades tributarias más grandes, sin embargo hay ocasiones en que las personas no se encuentran enterados acerca de sus deberes y derechos como contribuyentes. Efectivamente, el contar con un elevado grado de desconocimiento acerca de aquellos contextos interviene de manera directa sobre el comportamiento de las personas hacia los impuestos, mayormente hacia el incumplimiento, inclusive al utilizarlo como una “sanción” para la Administración Tributaria.

Roca (2008), define al conocimiento tributario como la información controlada por la sociedad en materia de tributos sobre sus derechos y deberes, en las actividades económicas que ejerzan.

Bromberg (2009) añade que el conocimiento tributario implica el comprender como funciona el sistema tributario, en el cual el fisco realiza la recaudación de un porcentaje de los recursos de la sociedad con la finalidad de retornarlos en manera de prestación de servicios públicos.

Vera (2017), señala que:

La administración tributaria tiene la responsabilidad de aleccionar a la sociedad en materia de tributos ya que tiene el deber de educar, orientar, comunicar y asistir a los contribuyentes en estos aspectos, es por eso que tiene que llevar a cabo procesos que resulten fáciles y impulsen las capacitaciones y la educación tributaria.

Información oportuna

RAE (2012), la información oportuna se constituye por un conjunto de datos organizados y debidamente controlados, los cuales se utilizan para crear un mensaje fundado en un cierto tema oportunamente.

Derechos tributarios

Basándose en el Código Tributario, artículo 92°, los derechos que poseen los contribuyentes son:

- Que los trabajadores de la Administración Tributaria sean considerados y los traten con respeto.
- Reclamar que les sea devuelto los montos pagados incorrectamente.
- Realizar rectificaciones o sustituir las declaraciones juradas.
- Realizar reclamos, apelaciones, demandas administrativas y otros medios impugnatorios.
- Saber acerca del estado de los trámites, asimismo la identidad de las personas encargadas de éstos en la Administración Tributaria.
- Requerir la ampliación de lo resuelto por el Tribunal Fiscal.
- Exigir que no se apliquen sanciones ni intereses en situaciones de dualidad de criterio o duda razonable.
- Realizar consultas mediante entidades representativas y conseguir instrucciones acerca de los deberes tributarios.
- Exigir que la información entregada a la Administración Tributaria se mantenga en confidencialidad.
- Requerir una copia de las declaraciones exhibidas a la Administración Tributaria.

Deberes Tributarios

Basándose en el Código Tributario, artículo 87°, los deberes que poseen los contribuyentes son:

- Registrarse en la Administración Tributaria.
- Acreditación de haberse registrado, al momento que lo solicite la Administración Tributaria.

- Emitir y/o entregar comprobantes de pago, los que deben cumplir con la formalidad y legalidad establecida.
- Llevar correctamente los libros contables y los registros requeridos por la ley, los reglamentos o la Resolución de Superintendencia de la SUNAT.
- Acceder cuando la Administración Tributaria requiera realizar un control, asimismo exhibir, en frente de los funcionarios autorizados, los libros de contabilidad, de actas, informes, registros, declaraciones, entre otra documentación relacionada con hechos delicados que generan deberes tributarios; en los plazos, la forma y los requerimientos que le sean solicitados.
- Brindar la totalidad de la documentación que la Administración Tributaria solicite, soportados en normas tributarias, acerca de las acciones del deudor tributario y personas que estén relacionados, cumpliendo con los plazos, formas y condiciones determinadas.
- Conservar los registros y libros, usados en sistema mecanizado, electrónico o manual, asimismo, la documentación y los precedentes de las situaciones u operaciones, los cuales compongan hechos delicados que conciban obligaciones tributarias u otros relacionados con éstas, mientras no esté determinado el tributo.

Políticas tributarias

Rodríguez (2015), señala:

La cultura tributaria necesita ser enmarcada en principios los cuales sirvan como criterios para decidir en las acciones de la administración tributaria. Los reglamentos y normas son realizados por el fisco y necesitan incluir factores como aumentar el empleo, mejorar la economía, necesidades colectivas, etc., es por eso que se necesitan políticas tributarias eficientes y auténticas que logren fortalecer la sociedad.

Conciencia Tributaria

Bravo (2011), precisa conciencia tributaria como:

Propia motivación para cumplir con el pago de los impuestos; se refiere a las creencias y actitudes tributarias de la sociedad, o sea, actitudes no restringidas, que motiven la voluntad de los agentes para la contribución, la cual se encuentra establecida por valores personales, de manera que reduce el análisis de la tolerancia al fraude.

Asimismo, Bravo (2011) plantea:

Los componentes que explican las conductas de los ciudadanos referentes a los tributos son: la certidumbre, la economía, la justicia y la comodidad, además posee dos dimensiones. Se considera un contenido y un proceso.

Con proceso se refiere a la manera en que se crea en el individuo la conciencia tributaria, dicho de otra forma, lo que nombramos creación de conciencia tributaria donde ocurren algunos sucesos que le conceden justificación a la conducta de los ciudadanos sobre el tributar.

Con contenido se refiere a las lógicas clasificatorias, sistemas de códigos, valores, información, principios que interpretan y orientan a la conducta de los ciudadanos acerca de la tributación. Preside con fuerza normativa en cuanto establece las posibilidades y límites de las maneras en las que actúan los ciudadanos, tanto mujeres como hombres. (p175)

Solórzano (2011), hace referencia a las actitudes y creencias de los ciudadanos, los que promueven el ánimo para el cumplimiento de las obligaciones y la contribución de los tributos. (p.8)

Para Bromberg (2009), al hablar sobre carencia de conciencia tributaria, se entiende que esta interviene con el hecho de que no se haya desarrollado en la sociedad la capacidad de cooperación de los ciudadanos con la Administración Tributaria.

Actitudes y creencias tributarias

Fishbein y Ajzen (1975) precisa:

Las actitudes en el ámbito tributario, es un análisis subjetivo acerca de la manera de actuar de la administración tributaria y la manera cómo funciona el sistema tributario. En general, la actitud es ideada como el sentimiento general positivo o negativo sobre estímulos u objetos específicos.

Méndez (2011) menciona que es un sentimiento compuesto o derivado de las creencias acerca de las consecuencias de cometer acciones específicas o tratar con algunos objetos combinados con la evaluación de cada consecuencia.

Por su parte, Silva (2016), afirma que:

Respecto a la tributación, las creencias que los individuos posean acerca de las entidades o funcionarios encargados de administrarlas, repercutirán en su actitud, como en Perú, la reputación del Estado y de otras instituciones se encuentra manchada con actos corruptos, deficiente administración de recursos, enriquecimiento ilícito y pobre aporte al desarrollo de la sociedad, por eso se forma actos resistentes al cumplimiento de las normas que el gobierno de turno establezca.

Voluntad

Es la autoridad que se posee para dirigir el accionar propio, es una característica de la personalidad que recurre a un tipo de fuerza con el fin de llevar a cabo acciones con respecto a un resultado deseado. Por su parte, Mogollón (2014), precisa que la voluntad del cumplimiento de los deberes tributarios depende del nivel de progreso como ciudadanos que asimismo está atado a la certeza de que el gobierno entregue los bienes esperados.

Moral personal

Méndez (2011) indica que experimenta las pautas de las conductas de los individuos y los valores de los mismos.

Moral colectiva

Asimismo, Méndez (2011) precisa que son sistemas de pensamiento que dan sentido a los comportamientos en una sociedad, actores principales de la cosa pública.

1.3.2. Rentabilidad

Zamora (2011) define rentabilidad como:

La correlación existente entre la inversión y la utilidad, debido a que mide como la gerencia en una compañía es efectiva, lo que es demostrado por la utilidad conseguida por ventas elaboradas y el uso de inversiones, sus regularidades y categorías son las tendencias de las utilidades. Dichas utilidades también, son el resultado de un adecuado manejo, del cumplimiento exacto de cualquiera de las medidas destinadas al alcance de utilidades y de una completa planeación de los gastos y los costos.

Gitman (2003) define la rentabilidad como:

Es una medición la cual hace relación entre el rendimiento de la compañía con los activos, el capital o las ventas. Esta medición concede determinar la utilidad de la compañía sobre un grado establecido de activos, ventas o las inversiones de los propietarios.

Por su parte, Córdoba (2012) define rentabilidad como un concepto que se les atribuye a todas las acciones económicas en las cuales se movilizan los medios humanos, materiales y financieros para lograr el resultado deseado.

Soriano (2010) expresa que:

Evalúa la capacidad de establecer utilidades en empresas en conexión a lo necesario para lograr el objetivo de sus actividades (fondos propios y activos). A fin de que una entidad logre ser rentable para los dueños de las acciones es necesario que la rentabilidad de los fondos propios logre ser mayor a aquella rentabilidad que los accionistas obtendrían en algunas inversiones de similar riesgo, denominándose como costo de oportunidad.

Pérez (2002) define la rentabilidad como:

El resultado de los ingresos menos los egresos en las operaciones de una compañía. En muchas compañías las retribuciones son parecidas a las ventas, las cuales también se obtienen multiplicando la cantidad de productos que se venden por su precio de venta. (p.34)

Asimismo, Sánchez (2002) expresa:

En el lenguaje económico, a pesar que la palabra rentabilidad es usada de diversas maneras y son varios acercamientos doctrinales los que influyen en algunas facetas de aquella misma, en global rentabilidad se entiende como la medición del rendimiento el cual en un determinado tiempo originan los capitales usados en el mismo. De tal manera, presume al comparar la renta formada y los mecanismos usados a fin de alcanzarla para consentir la selección entre opciones o calificar los actos realizados y su eficiencia.

Rentabilidad Económica

Córdoba (2012), indica que está en relación con negocios y pertenece al rendimiento operativo de la compañía. Es medida por la relación entre la utilidad operativa, previo los impuestos e intereses, y la inversión operativa o el activo.

Gitman (2003), añade que la rentabilidad económica mide la eficiencia en la utilización de los activos, o sea, de la organización económica de la compañía. Una rentabilidad económica menor a la media del sector, indicaría que la compañía es intensivamente alta en capital. (p.302)

Pérez (2002) señala:

También se le conoce como la rentabilidad de las inversiones, es una medida referente a un lapso de tiempo del rendimiento de los activos de una entidad independientemente de la financiación de éstos. Es por eso que la RE es considerada una medida de la capacidad de los activos de una compañía para formar valor independientemente de la manera que se han financiado, esto aprueba el comparar la rentabilidad entre compañías sin que los desacuerdos en diferentes organizaciones financieras, afecte al valor de la rentabilidad.

Activos fijos

Gitman (2003) señala que se le considerará activo fijo a un grupo de bienes perdurables, con los que cuenta una empresa para su utilización.

Intereses

Gitman (2003) define interés como una ganancia de un capital financiero obtenida al cobrar o pagar los depósitos bancarios de una deuda.

Impuestos

Caballero (2010) define impuesto como el tributo el cual su desempeño no causa una contraprestación directa por parte del estado en beneficio del ciudadano.

Villegas (2012) indica:

Los tributos exigidos en dinero por el Estado en virtud de leyes a fin de solventar los gastos realizados para cumplir con los objetivos del mismo.

Asimismo, indica los fines del tributo:

- Fin fiscal: Se obtiene ingresos con el propósito de efectuar fines estatales.
- Fin extra fiscal: El propósito es incentivar o impulsar algunas actividades, más no la obtención de ingresos.

Asimismo, los tributos en triple dimensión se ven como una manera de ingreso, o sea, por medio de las finanzas públicas, debido a que es inevitable estudiar los ingresos que son necesarios a fin de recubrir las necesidades del estado.

Inversión

Gitman (2003) precisa que es una cantidad de la elaboración la cual no está destinada a ser consumida inmediatamente, sino que está destinada a la elaboración de más bienes de consumo o de capital.

Rentabilidad Financiera

Córdoba (2012) señala que es la rentabilidad de los negocios como lo ven los accionistas, es decir, la cantidad obtenida sobre el capital propio luego de haber descontado el pago de la carga financiera. (p.15)

Sánchez (2002) manifiesta sobre la rentabilidad financiera que es:

Una medida respectiva a un periodo establecido del rendimiento logrado por el capital propio, mayormente independiente de la repartición del producto. Asimismo se considera también como una medida de rentabilidad más inmediata a los dueños o accionistas en comparación a la rentabilidad económica; es por

eso que de manera teórica, es un indicador de rentabilidad el cual los dirigentes desean maximizar para beneficio de los dueños.

Capital propio

Sánchez (2002) señala que corresponde al resultado del activo y el pasivo exigible al tiempo en que se inicia el ejercicio comercial.

Cargas financieras

Córdoba (2012) la define como cuota impuesta por el uso de un crédito y que permite al prestamista obtener beneficio del uso de su dinero.

Dividendo

Sánchez (2002) define dividendo como pago que se hace a los accionistas con cargo a las utilidades por la Empresa y cuyo importe es decretado por la asamblea general ordinaria de accionistas.

Patrimonio neto

Sánchez (2002) señala que se constituye por el excedente de los activos de una compañía, luego de haber sido restados las cuentas del pasivo. Contiene la aportación de socios, asimismo, los resultados acumulados y demás variaciones que se afectan.

1.4. Formulación del problema

Problema General

¿Cuál es la relación que existe entre la cultura tributaria y la rentabilidad en los Centros Comerciales de Lima Norte, 2017?

Problemas Específicos

¿Cuál es la relación que existe entre el conocimiento tributario y la rentabilidad en los Centros Comerciales de Lima Norte, 2017?

¿Cuál es la relación que existe entre la conciencia tributaria y la rentabilidad en los Centros Comerciales de Lima Norte, 2017?

¿Cuál es la relación que existe entre la cultura tributaria y la rentabilidad económica en los Centros Comerciales de Lima Norte, 2017?

1.5. Justificación del estudio

La presente investigación se justifica por puntos que a continuación se mencionan:

Justificación Práctica

Este proyecto de investigación es de gran importancia debido a que ayudará a solucionar la problemática de los Centros Comerciales de Lima Norte y les permitirá resolver aquellas dudas que les genera incertidumbre sobre la relación entre la cultura tributaria y la rentabilidad.

Justificación Teórica

Este proyecto utiliza los conocimientos teóricos sobre cultura tributaria, tales como la conciencia tributaria y los conocimientos tributarios, asimismo, las teorías de la rentabilidad.

Justificación Metodológica

En el presente proyecto de investigación se utiliza un diseño no experimental ya que no se manipula a las variables y el tipo de estudio es descriptivo ya que se describe cada una de las variables.

1.6. Objetivos

Objetivo General

Determinar la relación que existe entre la cultura tributaria y la rentabilidad en los Centros Comerciales de Lima Norte, 2017.

Objetivos Específicos

Determinar la relación que existe entre el conocimiento tributario y la rentabilidad en los Centros Comerciales de Lima Norte, 2017.

Determinar la relación que existe entre la conciencia tributaria y la rentabilidad en los Centros Comerciales de Lima Norte, 2017.

Determinar la relación que existe entre la cultura tributaria y la rentabilidad económica en los Centros Comerciales de Lima Norte, 2017.

1.7. Hipótesis

Hipótesis General

Existe relación entre la cultura tributaria y la rentabilidad en los Centros Comerciales de Lima Norte, 2017.

Hipótesis Específicos

Existe relación entre el conocimiento tributario y la rentabilidad en los Centros Comerciales de Lima Norte, 2017.

Existe relación entre la conciencia tributaria y la rentabilidad en los Centros Comerciales de Lima Norte, 2017.

Existe relación entre la cultura tributaria y la rentabilidad económica en los Centros Comerciales de Lima Norte, 2017.

CAPÍTULO

II. MÉTODO

2.1. Tipo de estudio

La presentación investigación es de tipo básica, debido a que las variables cultura tributaria y rentabilidad se abordaron sólo de manera teórica.

Elizondo (2002) señala:

Las indagaciones puras son esas que están orientadas a conocer las significaciones globales de los fenómenos reconocidos, elaborando teorías muy importantes. La intención de las investigaciones de este tipo sobresale en los detalles y la explicación de los aspectos de fenómenos definidos que se muestran en un escenario real. El objetivo de una investigación básica es plantear teorías que expliquen un problema, es por lo que se realiza una aplicación técnica de los conceptos de la investigación.

Nivel

Descriptivo – correlacional, debido a que describe una realidad y explicará la relación entre la cultura tributaria y la rentabilidad.

Hernández (2014) sostiene que:

El objetivo del estudio correlacional es evaluar el nivel de relación o asociación que existe entre las variables de estudio, pueden ser dos o más, en una muestra o contexto en particular, tales correlaciones son sustentadas en hipótesis que serán sometidas a prueba. Asimismo, es correlacional ya que ayuda a determinar el grado de relación o impacto de las variables estudiadas (Variable uno y Variable dos), es decir, asocian variables a través de un patrón predecible para una población. (p.148)

2.2. Diseño de Investigación

Para el presente proyecto, se utiliza el diseño no experimental, porque no se manipulan de manera intencional las variables.

Hernández (2014) explica:

La investigación no experimental es en la que se estudian las variables sin ser manipuladas. O sea, es una investigación donde no se varía de manera intencional las variables, lo que se realiza en el estudio no experimental es la observación de fenómenos tal cual en su contexto natural, para que luego sean descritos y analizados. (p.149)

Datos:

Para el presente proyecto, se utilizarán datos numéricos, ya que pueden ser representados numéricamente.

2.3. Variables, Operacionalización

Variable 1: Cultura tributaria

Variable 2: Rentabilidad

2.3.1. Cuadro de Operacionalización

CULTURA TRIBUTARIA Y RENTABILIDAD EN LOS CENTROS COMERCIALES DE LIMA NORTE, 2017

HIPOTESIS GENERAL	VARIABLES	DEFINICION DE VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
Existe relación entre la cultura tributaria y la rentabilidad en los Centros Comerciales de Lima Norte	V1 Cultura Tributaria	Un grupo de valoraciones, conocimientos y conductas alusivas a los tributos, asimismo, al grado de conciencia sobre los derechos y los deberes que provienen para los sujetos activos y pasivos de esta relación tributaria. (Valero y Ramírez, 2010)	Conocimiento tributario	Información oportuna
				Derechos tributarios
				Deberes tributarios
				Políticas tributarias
			Conciencia tributaria	Actitudes y creencias tributarias
				Voluntad
				Moral personal
				Moral colectiva
	V2 Rentabilidad	Es la relación existente entre la utilidad y la inversión necesaria para lograrla, ya que mide tanto la efectividad de la gerencia de una empresa, demostrada por las utilidades obtenidas de las ventas realizadas y utilización de inversiones, su categoría y regularidad es la tendencia de las utilidades. Estas utilidades a su vez, son la conclusión de una administración competente, una planeación integral de costos y gastos y en general de la observancia de cualquier medida tendiente a la obtención de utilidades. La rentabilidad también es entendida como una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan los medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener los resultados esperados. (Zamora, 2011)	Rentabilidad económica	Activos fijos
				Intereses
				Impuestos
				Inversión
			Rentabilidad financiera	Capital propio
				Cargas financieras
				Dividendo
				Patrimonio

2.4. Población y muestra

2.4.1. Población

La población está conformada por 36 trabajadores del área de contabilidad y finanzas de los Centros Comerciales de Lima Norte, del año 2017. En ese sentido la población es de carácter finita, ya que sí es posible contabilizar todos los elementos que participan en el estudio.

Hernández (2014) se refiere a la población como un conjunto de personas, u objetos los cuales poseen similares características. (p.161)

2.4.2. Muestra

Hernández (2014) define la muestra como una fracción del universo o de la población, del cual se recogen datos o información. (p.163)

Dónde:

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{E^2 * (N - 1) + z^2 * p * q}$$

n: tamaño de la muestra

N: tamaño de la población

Z: valor de la distribución normal estandarizado correspondiente al nivel de confianza (1.96)

E: máximo error permisible (5% = 0.05)

P: proporción de la población que tiene la característica que nos interesa medir. (50% = 0.50)

Q: proporción de la población que no tiene la característica que nos interesa medir (50% = 0.50)

Reemplazando:

$$\frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5 * 36}{(0.05)^2 * (36 - 1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5} = 33$$

n = 33 trabajadores

La totalidad de la muestra de la presente investigación está conformado por 33 trabajadores del departamento de contabilidad y finanzas de los centros comerciales de Lima Norte.

2.5. Técnicas e instrumento de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.5.1. Técnica e instrumento de recolección de datos

Técnica

Se recolectarán datos relevantes usando la técnica de la encuesta para construir los instrumentos dados que se desea obtener.

Instrumento

El instrumento que se utiliza es el cuestionario, el que se conforma por preguntas realizadas de manera lógica y ordenada, consta de 16 ítems. Hernández (2014) menciona que el cuestionario es un grupo de preguntas de las variables, las cuales serán medidas para que sean más sencillas de cifrar y entender. (p.164)

Tabla 1 Escala tipo Likert

Numeración	Respuestas tipo Likert
1	Totalmente en desacuerdo
2	En desacuerdo
3	Indeciso
4	De acuerdo
5	Totalmente de acuerdo

Fuente: Elaboración propia

2.5.2. Validez

Con el fin de darle validez al instrumento de medición y comprobar si efectivamente se mide la variable que se desea medir, se presentan los test previos y posteriores a juicios de expertos, jueces que brindan una opinión acerca de su elaboración, proporcionando más peso a la presente investigación.

El instrumento fue sometido al juicio de expertos. Verificado por 3 doctores, sugeridos correspondientemente por la Universidad, quienes realizaron correctamente la validación del cuestionario utilizado como instrumento para cada variable. De acuerdo a los resultados que fueron obtenidos se podrá emitir conclusiones.

Asimismo, Hernández (2014) manifiesta la importancia de la técnica de juicio de expertos que es con esta opinión que podremos tener un instrumento solido con el cual expresaremos parcialidad coherente en nuestro estudio de investigación. (p.170)

Tabla 2 Validación de expertos

Expertos	Opinión
Dr. Walter Ibarra Fretell	Aplicable
Dra. Patricia Padilla Vento	Aplicable
Dr. Mariano Mucha Paitán	Aplicable

Fuente: Elaboración propia

2.5.3. Confiabilidad

Para brindarle mayor confiabilidad al instrumento de medición y que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto, produzca resultados similares, se somete a la técnica de Alpha de Cronbach.

2.6. Método de análisis de datos

Los datos que se obtuvieron a través de la aplicación de las técnicas e instrumentos previamente mencionados, recurriendo a los informantes o fuentes.

Con respecto a las informaciones presentadas como gráficos y cuadros, se formularán apreciaciones objetivas.

Se utilizará el software estadístico SPSS 24.0

2.7. Aspectos éticos

Confidencialidad: En este estudio se ha utilizado material informativo de varios autores, respetando la propiedad intelectual se procedió citando los datos editoriales.

Ético: Los procesos de investigaciones se llevaron acorde a manuales suministrados en la universidad por docentes, como también aplicando normas y principios.

Código de Ética: Los investigadores tienen responsabilidad científica y profesional acerca de la repercusión de su trabajo como lo siguiente:

- a) Alterar información.
- b) Inventar información.
- c) No citar y apropiarse de propiedad intelectual ajena.
- d) No mencionar a los asesores de investigación.

Veracidad: El trabajo cuenta con información real y fidedigna.

CAPÍTULO

III. RESULTADOS

3.1. Análisis de confiabilidad del instrumento

Para obtener la fiabilidad se utilizó el método estadístico, el instrumento de escala de medición ordinal, se estableció la siguiente escala de valores de fiabilidad:

- a) Coeficiente alfa > 9 excelente
- b) Coeficiente alfa > 8 bueno
- c) Coeficiente alfa > 7 aceptable
- d) Coeficiente alfa > 6 cuestionable
- e) Coeficiente alfa > 5 pobre
- f) Coeficiente alfa < 5 inaceptable

Tabla 3 Nivel de fiabilidad

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,918	16

Interpretación:

Se obtuvo el valor 0.918, en el que existe un 90% de confiabilidad aplicada al instrumento. Por lo tanto, el resultado alcanzó un nivel de confiabilidad excelente.

Se estableció el nivel de confiabilidad de las dos variables, considerando que la muestra está conformada por 33 encuestados y cada variable está compuesta por 8 ítems:

Tabla 4 Resumen del procesamiento de los casos

Resumen del procesamiento de los casos			
		N	%
Casos	Válidos	33	100,0
	Excluidos ^a	0	,0
	Total	33	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento

Variable 1:**Cultura Tributaria***Tabla 5 Nivel de fiabilidad variable cultura tributaria*

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,868	8

La fiabilidad de la escala del instrumento aumenta cuando el valor del Alfa de Cronbach se acerque más al máximo valor, 1. Por acuerdo, se aceptó que, con el fin de avalar la fiabilidad de la escala, el valor del Alfa de Cronbach sea igual o mayor a 0,8. Luego de realizar el cálculo del Alpha de Cronbach, se alcanzó un valor de 0.868 para el instrumento en cuestión, por ende, se concluye que el instrumento es confiable, respecto a la variable Cultura Tributaria.

Variable 2:**Rentabilidad***Tabla 6 Nivel de fiabilidad variable rentabilidad*

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,824	8

Cuando el valor del Alfa de Cronbach se acerque más a su máximo valor, 1; será mayor la fiabilidad de la escala del instrumento. Por acuerdo, se consideró que, para garantizar la fiabilidad de la escala, el valor del Alfa de Cronbach sea mayor o igual a 0,8. En el cálculo del Alpha de Cronbach realizado, se obtuvo un valor de 0.824 para el instrumento en cuestión, por lo que se concluyó que el instrumento es confiable, respecto a la variable Rentabilidad.

3.2. Análisis descriptivo de los resultados

Tabla 7 ítem 01

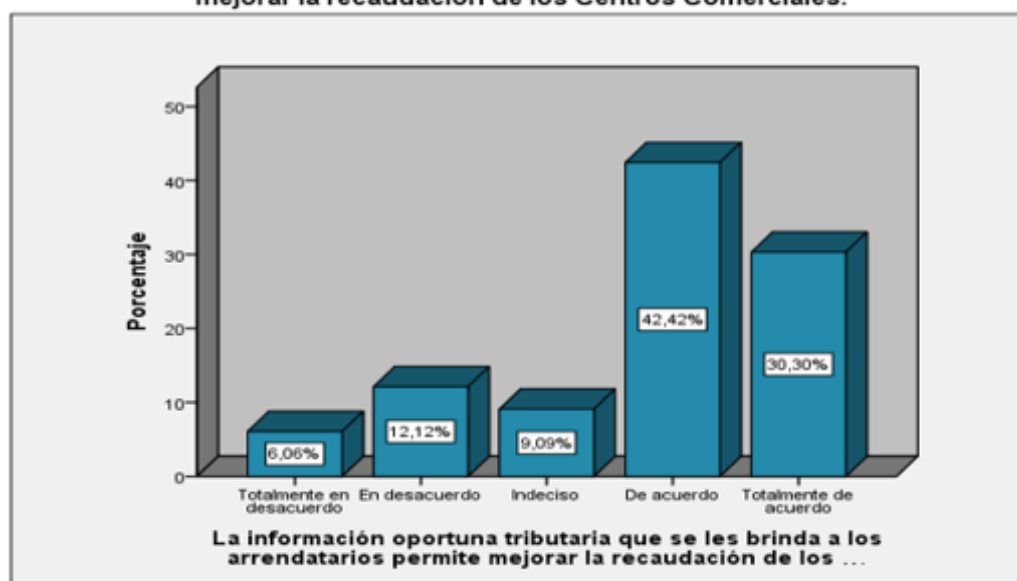
La información oportuna tributaria que se les brinda a los arrendatarios permite mejorar la recaudación de los Centros Comerciales.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	6,1	6,1	6,1
En desacuerdo	4	12,1	12,1	18,2
Válidos Indeciso	3	9,1	9,1	27,3
De acuerdo	14	42,4	42,4	69,7
Totalmente de acuerdo	10	30,3	30,3	100,0
Total	33	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 1 ítem 01

La información oportuna tributaria que se les brinda a los arrendatarios permite mejorar la recaudación de los Centros Comerciales.



Fuente: Tabla 7

Interpretación:

De la encuesta aplicada a los trabajadores del área de contabilidad y finanzas de los Centros Comerciales de Lima Norte, se obtuvo que gran parte de los encuestados están de acuerdo con que la información oportuna tributaria que se les brinde a los arrendatarios permite mejorar la recaudación de los Centros Comerciales, ya que al encontrarse debidamente informados los arrendatarios contribuirán correctamente; mientras que un pequeño porcentaje se encuentra en desacuerdo.

Tabla 8 ítem 02

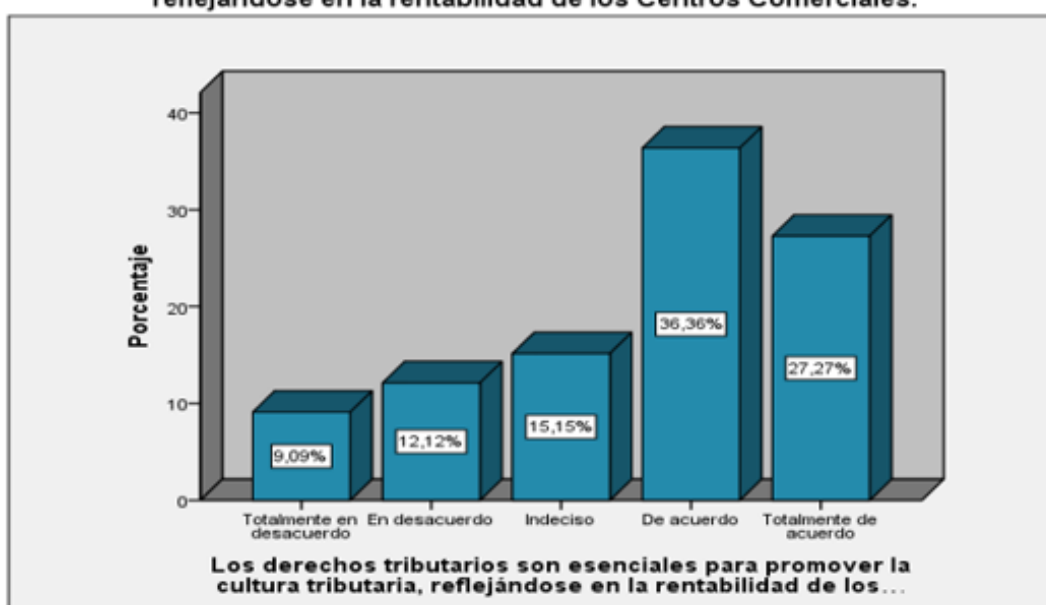
Los derechos tributarios son esenciales para promover la cultura tributaria, reflejándose en la rentabilidad de los Centros Comerciales.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	3	9,1	9,1	9,1
En desacuerdo	4	12,1	12,1	21,2
Válidos Indeciso	5	15,2	15,2	36,4
De acuerdo	12	36,4	36,4	72,7
Totalmente de acuerdo	9	27,3	27,3	100,0
Total	33	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 2 ítem 02

Los derechos tributarios son esenciales para promover la cultura tributaria, reflejándose en la rentabilidad de los Centros Comerciales.



Fuente: Tabla 8

Interpretación:

De la encuesta aplicada a los trabajadores del área de contabilidad y finanzas de los Centros Comerciales de Lima Norte, se obtuvo que el 27% de los encuestados se encuentra totalmente de acuerdo con que los derechos tributarios son esenciales para promover la cultura tributaria, reflejándose en la rentabilidad de los Centros Comerciales; sin embargo, un 9% de los encuestados se encuentra totalmente en desacuerdo.

Tabla 9 ítem 03

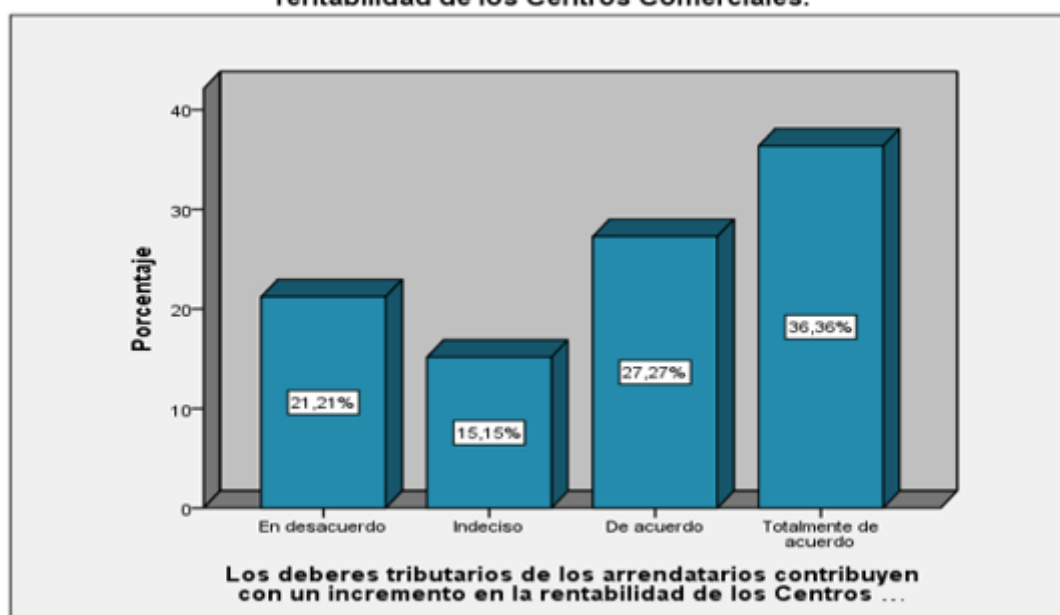
Los deberes tributarios de los arrendatarios contribuyen con un incremento en la rentabilidad de los Centros Comerciales.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	7	21,2	21,2	21,2
Indeciso	5	15,2	15,2	36,4
Válidos De acuerdo	9	27,3	27,3	63,6
Totalmente de acuerdo	12	36,4	36,4	100,0
Total	33	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 3 ítem 03

Los deberes tributarios de los arrendatarios contribuyen con un incremento en la rentabilidad de los Centros Comerciales.



Fuente: Tabla 9

Interpretación:

De la encuesta aplicada a los trabajadores del área de contabilidad y finanzas de los Centros Comerciales de Lima Norte, se obtuvo que el 63% de los encuestados sí están de acuerdo con que los deberes tributarios de los arrendatarios contribuyen con un incremento en la rentabilidad de los Centros Comerciales; sin embargo, un pequeño porcentaje se sienten indecisos o no está de acuerdo en que los deberes tributarios de los arrendatarios contribuyen con un incremento en la rentabilidad de los Centros Comerciales, de acuerdo a su juicio o inseguridad con respecto al tema.

Tabla 10 ítem 04

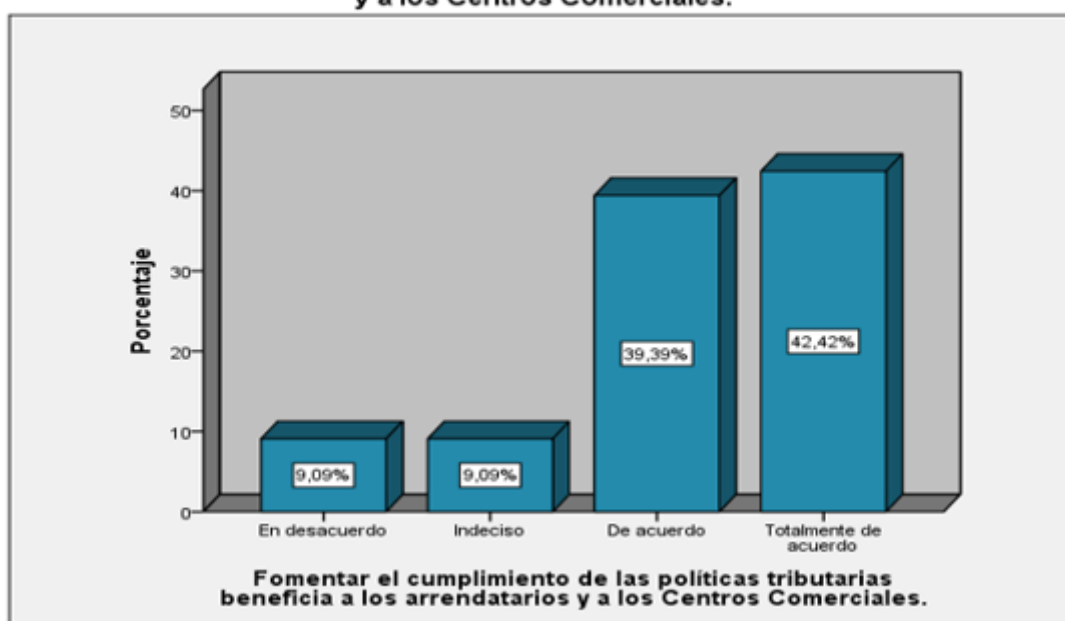
Fomentar el cumplimiento de las políticas tributarias beneficia a los arrendatarios y a los Centros Comerciales.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	3	9,1	9,1	9,1
Indeciso	3	9,1	9,1	18,2
Válidos De acuerdo	13	39,4	39,4	57,6
Totalmente de acuerdo	14	42,4	42,4	100,0
Total	33	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 4 ítem 04

Fomentar el cumplimiento de las políticas tributarias beneficia a los arrendatarios y a los Centros Comerciales.



Fuente: Tabla 10

Interpretación:

De la encuesta aplicada a los trabajadores del área de contabilidad y finanzas de los Centros Comerciales de Lima Norte, se obtuvo que el 42% de los encuestados están totalmente de acuerdo con que fomentar el cumplimiento de las políticas tributarias beneficia a los arrendatarios y a los Centros Comerciales; sin embargo, el 9% de los encuestados se encuentra en desacuerdo.

Tabla 11 ítem 05

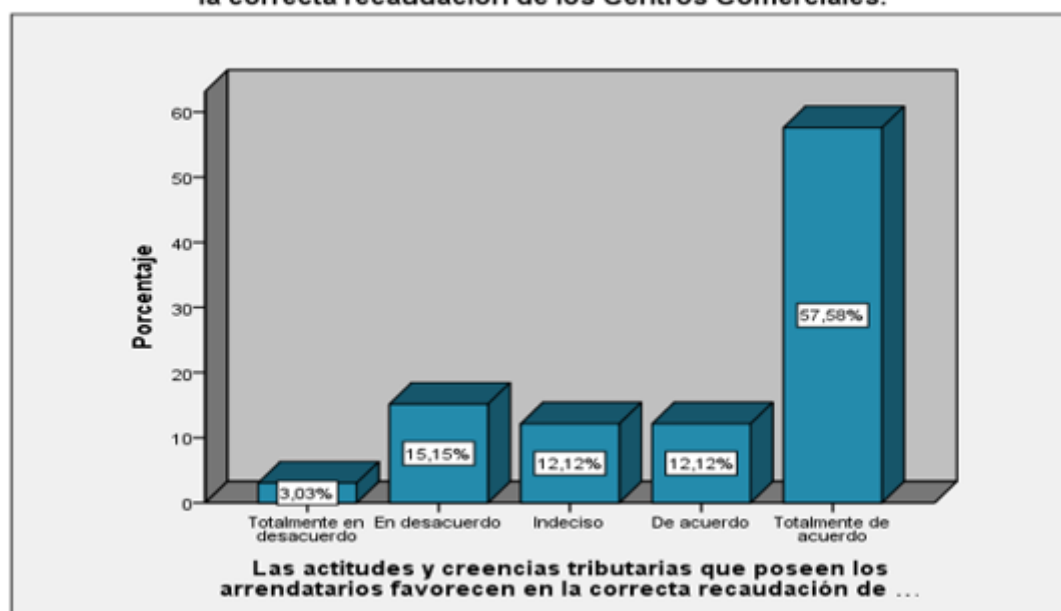
Las actitudes y creencias tributarias que poseen los arrendatarios favorecen en la correcta recaudación de los Centros Comerciales.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	3,0	3,0	3,0
En desacuerdo	5	15,2	15,2	18,2
Válidos Indeciso	4	12,1	12,1	30,3
De acuerdo	4	12,1	12,1	42,4
Totalmente de acuerdo	19	57,6	57,6	100,0
Total	33	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 5 ítem 05

Las actitudes y creencias tributarias que poseen los arrendatarios favorecen en la correcta recaudación de los Centros Comerciales.



Fuente: Tabla 11

Interpretación:

De la encuesta aplicada a los trabajadores del área de contabilidad y finanzas de los Centros Comerciales de Lima Norte, se consiguió que la mayoría de los trabajadores se encuentran totalmente de acuerdo con que las actitudes y creencias tributarias que poseen los arrendatarios favorecen en la correcta recaudación de los Centros Comerciales; sin embargo, otro pequeño porcentaje están en desacuerdo o se sienten indecisos, de acuerdo a su juicio respecto al tema.

Tabla 12 ítem 06

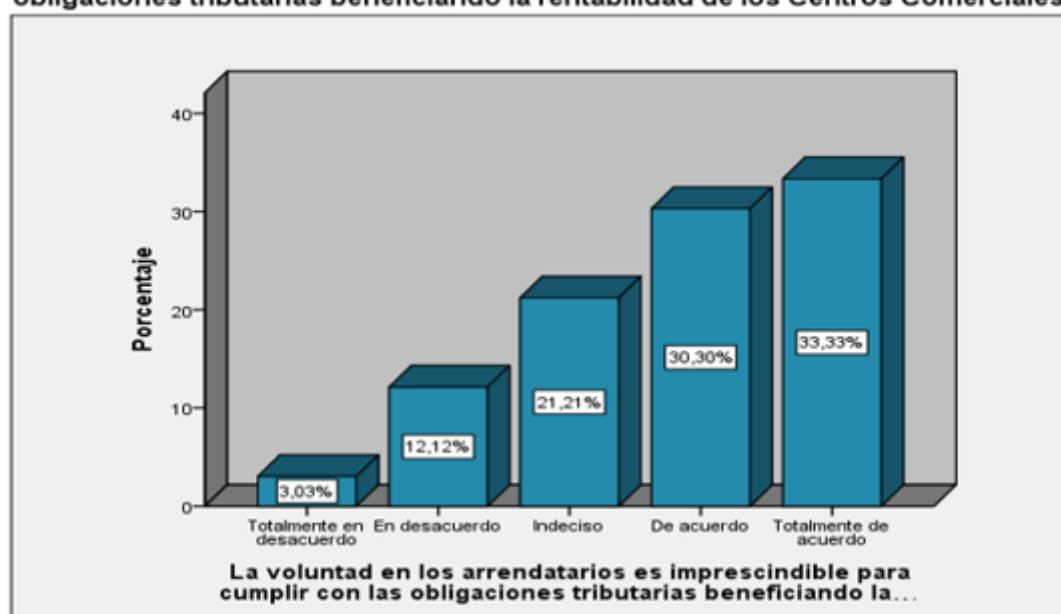
La voluntad en los arrendatarios es imprescindible para cumplir con las obligaciones tributarias beneficiando la rentabilidad de los Centros Comerciales.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	3,0	3,0	3,0
En desacuerdo	4	12,1	12,1	15,2
Válidos Indeciso	7	21,2	21,2	36,4
De acuerdo	10	30,3	30,3	66,7
Totalmente de acuerdo	11	33,3	33,3	100,0
Total	33	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 6 ítem 06

La voluntad en los arrendatarios es imprescindible para cumplir con las obligaciones tributarias beneficiando la rentabilidad de los Centros Comerciales.



Fuente: Tabla 12

Interpretación:

De la encuesta aplicada a los trabajadores del área de contabilidad y finanzas de los Centros Comerciales de Lima Norte, se obtuvo que la gran parte de los encuestados están de acuerdo con que la voluntad en los arrendatarios es imprescindible para cumplir con las obligaciones tributarias beneficiando la rentabilidad de los Centros Comerciales; sin embargo, otro pequeño porcentaje están en desacuerdo o se sienten indecisos respecto al tema.

Tabla 13 ítem 07

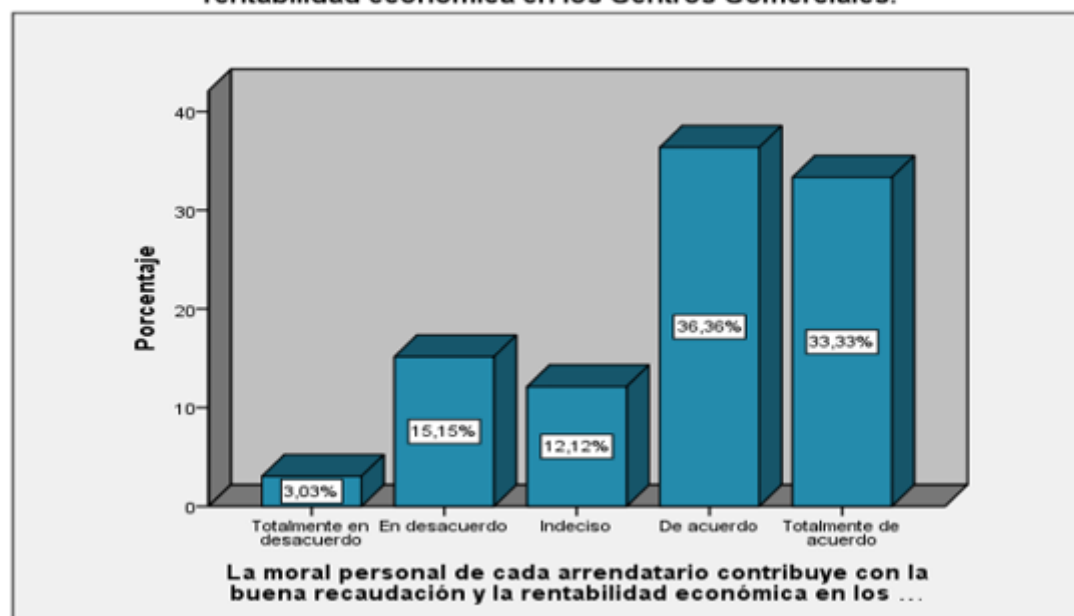
La moral personal de cada arrendatario contribuye con la buena recaudación y la rentabilidad económica en los Centros Comerciales.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	3,0	3,0	3,0
En desacuerdo	5	15,2	15,2	18,2
Válidos Indeciso	4	12,1	12,1	30,3
De acuerdo	12	36,4	36,4	66,7
Totalmente de acuerdo	11	33,3	33,3	100,0
Total	33	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 7 ítem 07

La moral personal de cada arrendatario contribuye con la buena recaudación y la rentabilidad económica en los Centros Comerciales.



Fuente: Tabla 13

Interpretación:

De la encuesta aplicada a los trabajadores del área de contabilidad y finanzas de los Centros Comerciales de Lima Norte, se obtuvo que el 36% de los encuestados están de acuerdo y el 33% están totalmente de acuerdo con que la moral personal de cada arrendatario contribuye con la buena recaudación y la rentabilidad económica en los Centros Comerciales, mientras que el 15% de los encuestados están en desacuerdo respecto al tema.

Tabla 14 ítem 08

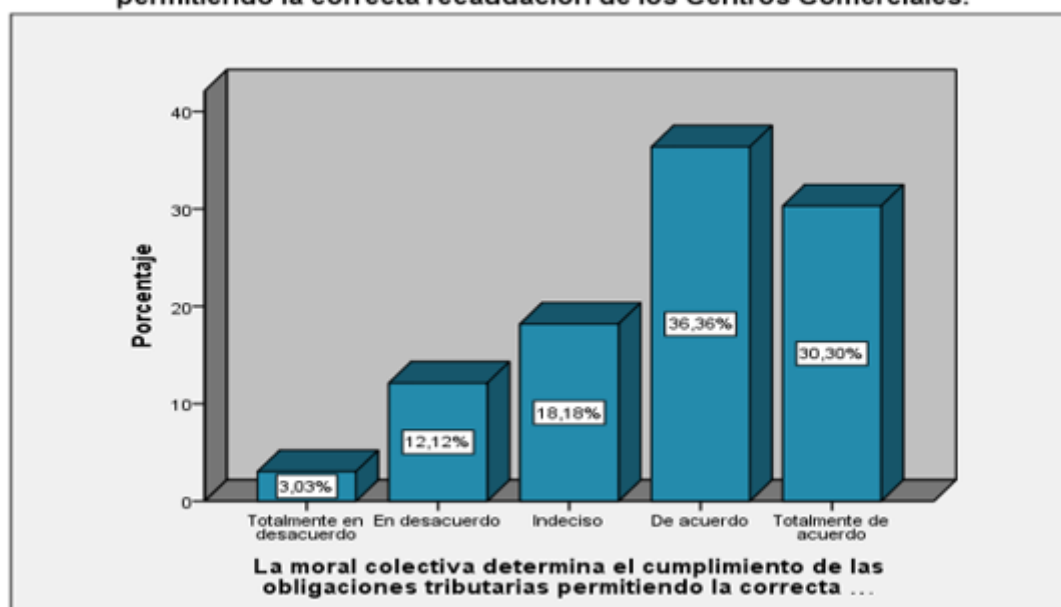
La moral colectiva determina el cumplimiento de las obligaciones tributarias permitiendo la correcta recaudación de los Centros Comerciales.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	3,0	3,0	3,0
En desacuerdo	5	15,2	15,2	18,2
Válidos Indeciso	4	12,1	12,1	30,3
De acuerdo	12	36,4	36,4	66,7
Totalmente de acuerdo	11	33,3	33,3	100,0
Total	33	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 8 ítem 08

La moral colectiva determina el cumplimiento de las obligaciones tributarias permitiendo la correcta recaudación de los Centros Comerciales.



Fuente: Tabla 14

Interpretación:

De la encuesta aplicada a los trabajadores del área de contabilidad y finanzas de los Centros Comerciales de Lima Norte, se tiene que la gran mayoría sí están de acuerdo con que la moral colectiva determina el cumplimiento de las obligaciones tributarias permitiendo la correcta recaudación de los Centros Comerciales, mientras que sólo el 3% se encuentra totalmente en desacuerdo respecto al tema.

Tabla 15 ítem 09

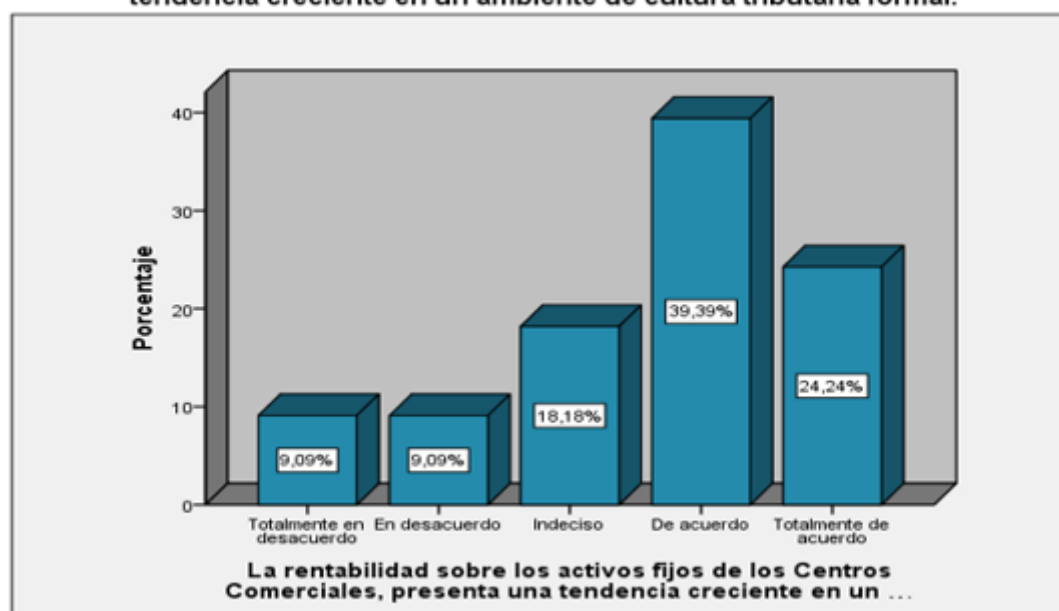
La rentabilidad sobre los activos fijos de los Centros Comerciales presenta una tendencia creciente en un ambiente de cultura tributaria formal.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	3	9,1	9,1	9,1
En desacuerdo	3	9,1	9,1	18,2
Válidos Indeciso	6	18,2	18,2	36,4
De acuerdo	13	39,4	39,4	75,8
Totalmente de acuerdo	8	24,2	24,2	100,0
Total	33	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 9 ítem 09

La rentabilidad sobre los activos fijos de los Centros Comerciales, presenta una tendencia creciente en un ambiente de cultura tributaria formal.



Fuente: Tabla 15

Interpretación:

De la encuesta aplicada a los trabajadores del área de contabilidad y finanzas de los Centros Comerciales de Lima Norte, se obtuvo que la gran parte de los encuestados están de acuerdo con que la rentabilidad sobre los activos fijos de los Centros Comerciales presenta una tendencia creciente en un ambiente de cultura tributaria formal; a la vez, un pequeño porcentaje no está de acuerdo o se sienten indecisos respecto al tema.

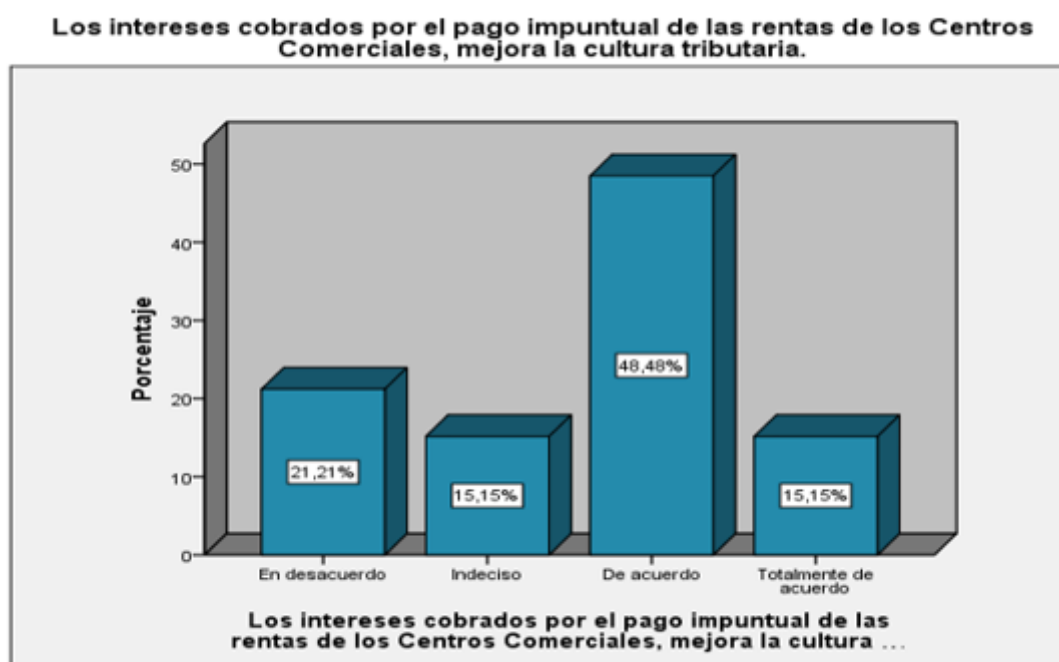
Tabla 16 ítem 10

Los intereses cobrados por el pago impuntual de las rentas de los Centros Comerciales, mejora la cultura tributaria.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	7	21,2	21,2	21,2
Indeciso	5	15,2	15,2	36,4
Válidos De acuerdo	16	48,5	48,5	84,8
Totalmente de acuerdo	5	15,2	15,2	100,0
Total	33	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 10 ítem 10



Fuente: Tabla 16

Interpretación:

De la encuesta aplicada a los trabajadores del área de contabilidad y finanzas de los Centros Comerciales de Lima Norte, se obtuvo que el 48% de los encuestados están de acuerdo con que los intereses cobrados por el pago impuntual de las rentas de los Centros Comerciales, mejora la cultura tributaria, mientras que un menor porcentaje no está de acuerdo o se sienten indecisos en considerar que los intereses cobrados por el pago impuntual de las rentas de los Centros Comerciales, mejora la cultura tributaria, de acuerdo a su juicio.

Tabla 17 ítem 11

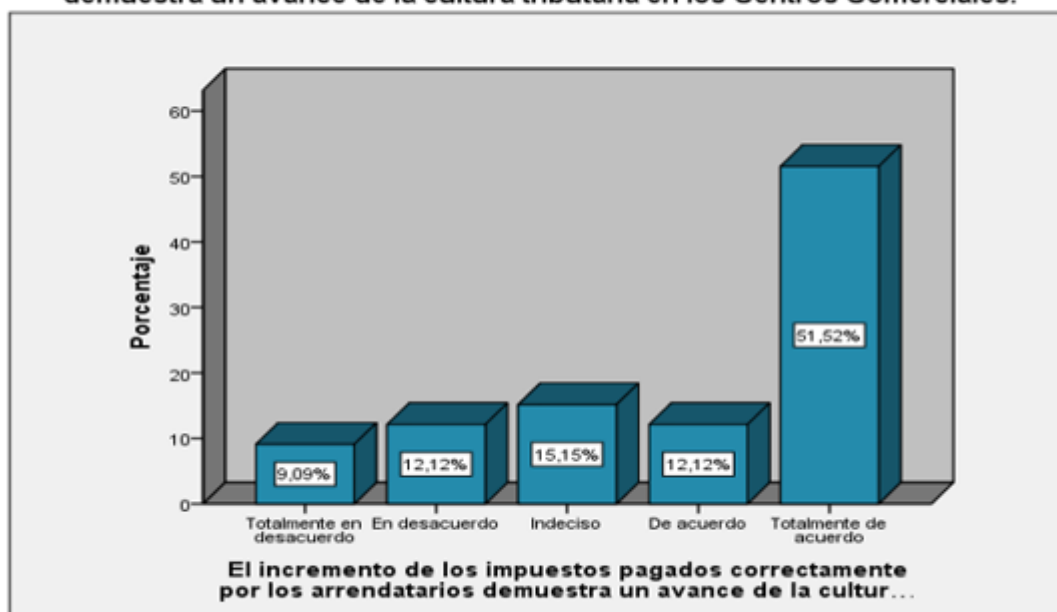
El incremento de los impuestos pagados correctamente por los arrendatarios demuestra un avance de la cultura tributaria en los Centros Comerciales.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	3	9,1	9,1	9,1
En desacuerdo	4	12,1	12,1	21,2
Indeciso	5	15,2	15,2	36,4
Válidos De acuerdo	4	12,1	12,1	48,5
Totalmente de acuerdo	17	51,5	51,5	100,0
Total	33	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 11 ítem 11

El incremento de los impuestos pagados correctamente por los arrendatarios demuestra un avance de la cultura tributaria en los Centros Comerciales.



Fuente: Tabla 17

Interpretación:

De la encuesta aplicada a los trabajadores del área de contabilidad y finanzas de los Centros Comerciales de Lima Norte, se obtuvo que el 51% de los encuestados están totalmente de acuerdo con que el incremento de los impuestos pagados correctamente por los arrendatarios demuestra un avance de la cultura tributaria en los Centros Comerciales, mientras que el 9% está totalmente en desacuerdo respecto al tema.

Tabla 18 ítem 12

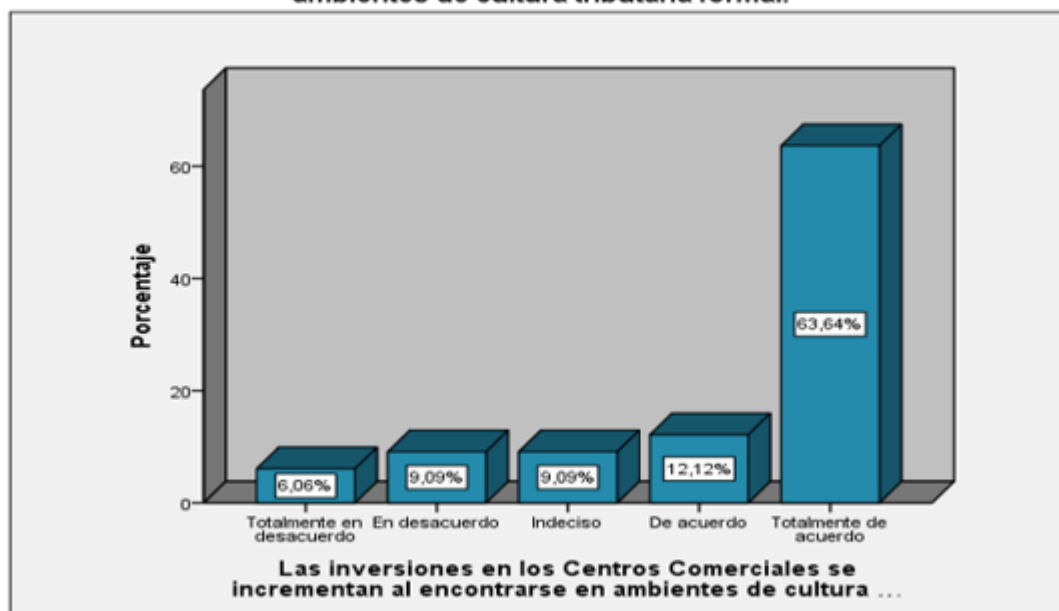
Las inversiones en los Centros Comerciales se incrementan al encontrarse en ambientes de cultura tributaria.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	6,1	6,1	6,1
En desacuerdo	3	9,1	9,1	15,2
Indeciso	3	9,1	9,1	24,2
Válidos De acuerdo	4	12,1	12,1	36,4
Totalmente de acuerdo	21	63,6	63,6	100,0
Total	33	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 12 ítem 12

Las inversiones en los Centros Comerciales se incrementan al encontrarse en ambientes de cultura tributaria formal.



Fuente: Tabla 18

Interpretación:

De la encuesta aplicada a los trabajadores del área de contabilidad y finanzas de los Centros Comerciales de Lima Norte, se obtuvo que el 63% de los encuestados están totalmente de acuerdo con que las inversiones en los Centros Comerciales se incrementan al encontrarse en ambientes de cultura tributaria formal; ya que si el Centro Comercial logra recaudar las rentas correctamente producto de un ambiente de cultura tributaria formal, podrá utilizar esos fondos para realizar inversiones en ellos mismos.

Tabla 19 ítem 13

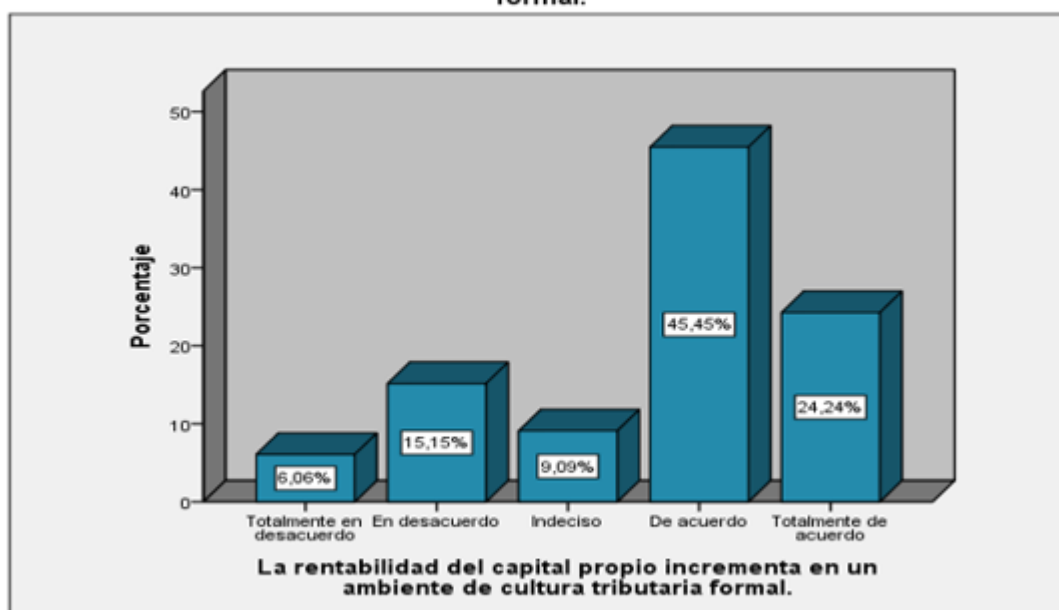
La rentabilidad del capital propio incrementa en un ambiente de cultura tributaria formal.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	6,1	6,1	6,1
En desacuerdo	5	15,2	15,2	21,2
Indeciso	3	9,1	9,1	30,3
Válidos De acuerdo	15	45,5	45,5	75,8
Totalmente de acuerdo	8	24,2	24,2	100,0
Total	33	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 13 ítem 13

La rentabilidad del capital propio incrementa en un ambiente de cultura tributaria formal.



Fuente: Tabla 19

Interpretación:

De la encuesta aplicada a los trabajadores del área de contabilidad y finanzas de los Centros Comerciales de Lima Norte, se obtuvo que el 45% de los encuestados están de acuerdo con que la rentabilidad del capital propio incrementa en un ambiente de cultura tributaria formal, mientras que un 6% de los encuestados se encuentra totalmente en desacuerdo según su juicio respecto al tema.

Tabla 20 ítem 14

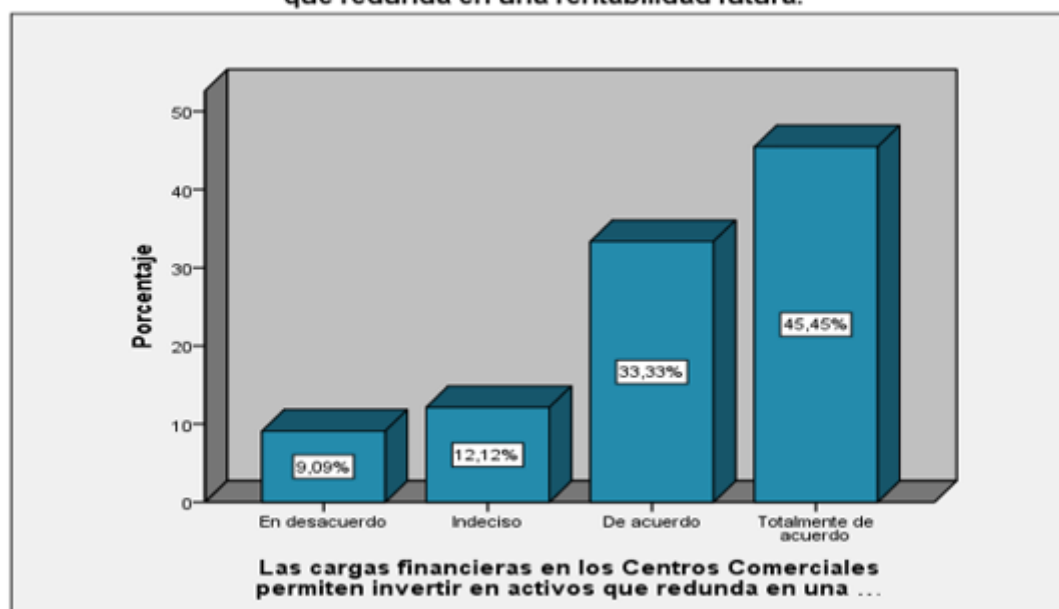
Las cargas financieras en los Centros Comerciales permiten invertir en activos que redunda en una rentabilidad futura.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	3	9,1	9,1	9,1
Indeciso	4	12,1	12,1	21,2
Válidos De acuerdo	11	33,3	33,3	54,5
Totalmente de acuerdo	15	45,5	45,5	100,0
Total	33	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 14 ítem 14

Las cargas financieras en los Centros Comerciales permiten invertir en activos que redunda en una rentabilidad futura.



Fuente: Tabla 20

Interpretación:

De la encuesta aplicada a los trabajadores del área de contabilidad y finanzas de los Centros Comerciales de Lima Norte, se obtuvo que gran parte de los encuestados están totalmente de acuerdo con que las cargas financieras en los Centros Comerciales permiten invertir en activos que redunda en una rentabilidad futura, mientras que un menor porcentaje se sienten indecisos o no está de acuerdo en considerar que las cargas financieras en los Centros Comerciales permiten invertir en activos que redunda en una rentabilidad futura.

Tabla 21 ítem 15

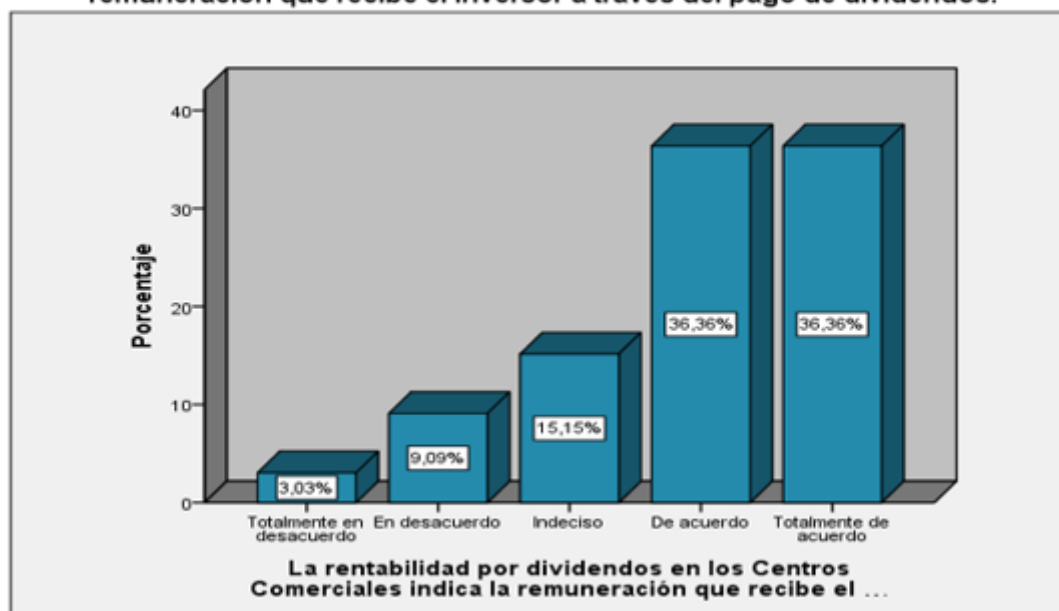
La rentabilidad por dividendos en los Centros Comerciales indica la remuneración que recibe el inversor a través del pago de dividendos.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	3,0	3,0	3,0
En desacuerdo	3	9,1	9,1	12,1
Válidos Indeciso	5	15,2	15,2	27,3
De acuerdo	12	36,4	36,4	63,6
Totalmente de acuerdo	12	36,4	36,4	100,0
Total	33	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 15 ítem 15

La rentabilidad por dividendos en los Centros Comerciales indica la remuneración que recibe el inversor a través del pago de dividendos.



Fuente: Tabla 21

Interpretación:

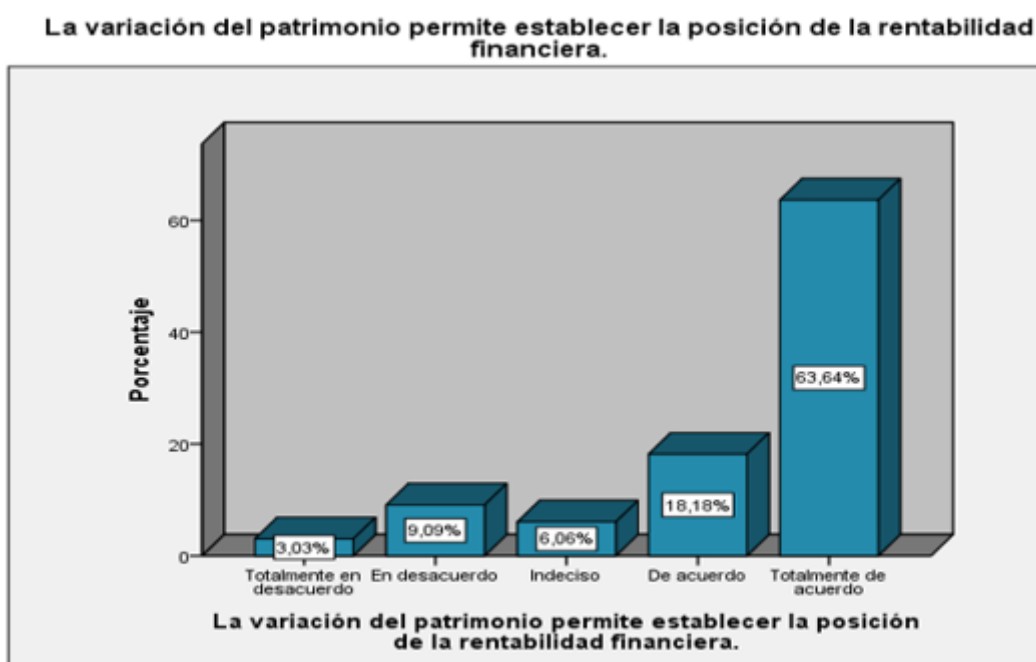
De la encuesta aplicada a los trabajadores del área de contabilidad y finanzas de los Centros Comerciales de Lima Norte, se obtuvo que la mayoría de los encuestados sí están de acuerdo con que la rentabilidad por dividendos en los Centros Comerciales indica la remuneración que recibe el inversor a través del pago de dividendos, mientras que un 15% de los encuestados demuestra inseguridad respecto al tema.

Tabla 22 ítem 16

La variación del patrimonio permite establecer la posición de la rentabilidad financiera.				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	3,0	3,0	3,0
En desacuerdo	3	9,1	9,1	12,1
Válidos Indeciso	2	6,1	6,1	18,2
De acuerdo	6	18,2	18,2	36,4
Totalmente de acuerdo	21	63,6	63,6	100,0
Total	33	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 16 ítem 16



Fuente: Tabla 22

Interpretación:

De la encuesta aplicada a los trabajadores del área de contabilidad y finanzas de los Centros Comerciales de Lima Norte, se obtuvo que el 63% de los encuestados están totalmente de acuerdo con que la variación del patrimonio permite establecer la posición de la rentabilidad financiera, a la vez existe un pequeño porcentaje de los encuestados no están de acuerdo o se sienten indecisos respecto al tema.

3.3. Análisis Inferencial

3.3.1. Prueba de normalidad

Ho: La distribución de la muestra es normal

Ha: La distribución de la muestra es normal

Nivel de confianza: 95% ($\alpha=0.05$)

Tabla 23 Prueba de Shapiro-Wilk

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Cultura Tributaria	,189	33	,004	,904	33	,007
Rentabilidad	,183	33	,007	,864	33	,001

a. Corrección de significación de Lilliefors

Interpretación:

Con respecto al resultado del análisis de normalidad tomamos el valor de Shapiro - Wilk, dado que el tamaño de la muestra es menor a 50. Se entiende por las variables (cultura tributaria y rentabilidad) en función de su distribución y datos (sig.) la cual es menor a 0.05, por lo tanto, ambas variables no tienen una distribución normal. En consecuencia, el estadístico de prueba no es paramétrico.

3.3.2. Instrumento estadístico y nivel de medición

En la siguiente investigación se empleó el coeficiente de correlación de Rho Spearman como instrumento estadístico, con esta comprobación y respuesta de nuestro coeficiente, tendremos un detalle analítico de ambas variables, siendo así, que podremos asociar nuestras variables teniendo un buen entendimiento.

El coeficiente cambia "...e -1.0 (correlación negativa perfecta) a +1.0 (correlación positiva perfecta), considerando el 0 como ausencia de correlación entre las variables. Tomando en cuenta datos importantes eficientes para datos ordinales..." si en nuestro resultado se aproxima más al 1, entonces diremos que existe mayor relación. (Hernández, 2014).

Tabla 24 Valores de coeficiente de correlación

Valor	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0,9 a -0,99	Correlación negativa muy alta
-0,7 a -0,89	Correlación negativa alta
-0,4 a -0,69	Correlación negativa moderada
-0,2 a -0,39	Correlación negativa baja
-0,01 a -0,19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja
0,2 a 0,39	Correlación positiva baja
0,4 a 0,69	Correlación positiva moderada
0,7 a 0,89	Correlación positiva alta
0,9 a 0,99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Fuente: Hernández, R. (2014). Metodología de la investigación. México DF, México: McGraw-Hill Interamericana Editores SA de CV.

3.3.3. Contrastación de la hipótesis de Investigación

Para las hipótesis tenemos los siguientes datos, se cuenta con un nivel de confianza: 95% ($\alpha = 0,05$), con una regla de discusión si $p < \alpha$ la hipótesis nula se rechaza, de igual manera si $p > \alpha$ la hipótesis nula será aceptada.

Hipótesis General:

Hi: La cultura tributaria tiene relación con la rentabilidad en los Centros Comerciales de Lima Norte, 2017.

Ha: La cultura tributaria sí tiene relación con la rentabilidad en los Centros Comerciales de Lima Norte, 2017.

Ho: La cultura tributaria no tiene relación con la rentabilidad en los Centros Comerciales de Lima Norte, 2017.

Tabla 25 Prueba de correlación de variables

Correlaciones			Cultura Tributaria	Rentabilidad
Rho de Spearman	Cultura Tributaria	Coefficiente de correlación	1,000	,790**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	33	33
	Rentabilidad	Coefficiente de correlación	,790**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	33	33

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación:

Formulada la prueba de hipótesis, se demuestra que el p valor (sig. =,00) es menor que el nivel de significancia 0,05. Por ende, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación.

Por otra parte el coeficiente de correlación de Spearman =0.790, indica una relación positiva alta de las variables cultura tributaria y rentabilidad.

Hipótesis Específica 1:

Ha: Existe relación entre el conocimiento tributario y la rentabilidad en los Centros Comerciales de Lima Norte, 2017.

Ho: No existe relación entre el conocimiento tributario y la rentabilidad en los Centros Comerciales de Lima Norte, 2017.

Tabla 26 Prueba de correlacion de variables - hipotesis especifica 1

Correlaciones			Conocimiento Tributario	Rentabilidad
Rho de Spearman	Conocimiento Tributario	Coefficiente de correlación	1,000	,766**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	33	33
	Rentabilidad	Coefficiente de correlación	,766**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	33	33

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación:

Como resultado de la prueba de hipótesis, se demuestra que el p valor (sig. =,00) es menor que el nivel de significancia 0,05. Por lo cual, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación.

Por otra parte según el coeficiente de correlación de Spearman el nivel de medición es 0.766, por ello, se determina que existe una relación positiva de nivel alta entre la variable conocimiento tributario y la variable rentabilidad.

Hipótesis Específica 2:

Ha: Existe relación entre la conciencia tributaria y la rentabilidad en los Centros Comerciales de Lima Norte, 2017.

Ho: No existe relación entre la conciencia tributaria y la rentabilidad en los Centros Comerciales de Lima Norte, 2017.

Tabla 27 Prueba de correlacion de variables - hipotesis especifica 2

Correlaciones			Conciencia Tributaria	Rentabilidad
Rho de Spearman	Conciencia Tributaria	Coefficiente de correlación	1,000	,764**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	33	33
	Rentabilidad	Coefficiente de correlación	,764**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	33	33

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación:

Como resultado de la prueba de hipótesis, se observa que el p valor (sig. =,00) es menor que el nivel de significancia 0,05. Por lo tanto, es rechazada la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación.

Por otro lado, el nivel de medición según el coeficiente de correlación de Spearman es 0.764, por ende, se determina que existe una relación positiva alta entre la variable conciencia tributaria y la variable rentabilidad.

Hipótesis Específica 3:

Ha: Existe relación entre la cultura tributaria y la rentabilidad económica en los Centros Comerciales de Lima Norte, 2017.

Ho: No existe relación entre la cultura tributaria y la rentabilidad económica en los Centros Comerciales de Lima Norte, 2017.

Tabla 28 Prueba de correlacion de variables - hipotesis especifica 3

Correlaciones			Cultura Tributaria	Rentabilidad Económica
Rho de Spearman	Cultura Tributaria	Coeficiente de correlación	1,000	,794**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	33	33
	Rentabilidad Económica	Coeficiente de correlación	,794**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	33	33

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación:

Como resultado de la prueba de hipótesis, se observa que el p valor (sig. =,00) es menor que el nivel de significancia 0,05. Por lo tanto, es rechazada la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación.

Por otro lado, el nivel de medición según el coeficiente de correlación de Spearman es 0.794, por ende, se determina que existe una relación positiva alta entre la variable cultura tributaria y la rentabilidad económica.

CAPÍTULO

IV. DISCUSIONES

Discusiones

1. Al realizar la prueba de rho de Spearman, se comprobó la hipótesis general, demostrando que existe una relación positiva alta entre las variables cultura tributaria y rentabilidad; al obtener un coeficiente de correlación de 0,790. Encontrando similitud con los resultados obtenidos en la investigación desarrollada por Florián (2017) y confirmando su estudio, en el cual estableció como objetivo general determinar la relación que existe entre la cultura tributaria y la calidad de la gestión recaudatoria en la administración de rentas de la municipalidad de Barranca, sujeta a la prueba de rho de Spearman, donde de igual manera concluyó que sí existe una relación significativa entre ambas variables.

2. De los resultados de la hipótesis específica n° 1, se obtuvo un coeficiente de correlación de 0,766, la cual se puede apreciar en la tabla 26, determinando que sí existe una alta relación positiva alta entre el conocimiento tributario y la rentabilidad; asimismo, se encontró similitud con el trabajo de investigación de Effio (2015), quien también concluyó que sí existe una relación directa entre sus variables investigadas, las cuales son: la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias. Obteniendo también en sus resultados una relación positiva alta entre ambas variables.

3. En la hipótesis específica n° 2 se obtuvo que si existe una relación positiva alta entre la conciencia tributaria y la rentabilidad, al alcanzar un coeficiente de correlación de la rho de Spearman de 0,764, demostrada en la tabla 27. Confirmando de esta manera, el estudio de Burga (2015), quien con sus resultados obtenidos en las estadísticas desarrolladas, afirmó que sí existe una relación significativa entre la cultura tributaria y las obligaciones tributarias, concluyendo que la carencia de una apropiada observación de conciencia tributaria en el país, impide que se cumpla la programación de las obligaciones tributarias en las compañías que comercializan en el emporio Gamarra, 2014.

4. De los resultados obtenidos en la hipótesis específica n° 3, apreciada en la tabla 28, se concluyó que existe una correlación positiva alta entre la cultura tributaria y la rentabilidad económica, al haber alcanzado un coeficiente de correlación de Spearman de 0,794. Lo que permite corroborar los resultados que se obtuvieron en el estudio de Milla (2014), quien concluyó en su trabajo de investigación que existe una correlación positiva entre los beneficios tributarios de la Amazonía y la rentabilidad de la empresa IP combustibles S.A. Iquitos.

CAPÍTULO

V. CONCLUSIONES

Conclusiones

1. Según la hipótesis general planteada, se ha logrado constatar y verificar que la cultura tributaria si tiene una relación positiva alta con la rentabilidad en los Centros Comerciales de Lima Norte, 2017. Demostrada en los resultados de la prueba de rho Spearman, donde se obtuvo un coeficiente de correlación de 0,790. Es decir, a mayor cultura tributaria en los Centros Comerciales, habrá una mejor rentabilidad en los mismos; y viceversa, a menor cultura tributaria en los Centros Comerciales, estos obtendrán menos rentabilidad.

2. Se puede concluir ante la primera hipótesis específica planteada y validada que existe una relación entre el conocimiento tributario y la rentabilidad, la cual se concluyó al obtener los resultados con un coeficiente de correlación de 0,766. La cual indica que existe una correlación positiva alta entre ambas variables. Asimismo, se llegó a esta conclusión luego de obtener las respuestas de las encuestas, donde un 72% de los encuestados se encuentra de acuerdo con que brindar una información oportuna tributaria a los arrendatarios, permitirá mejorar la recaudación de los Centros Comerciales, por ende, conocer los aspectos tributarios aumentará la rentabilidad de los mismos.

3. Se concluye de la segunda hipótesis específica planteada y validada, que existe una relación positiva alta entre la conciencia tributaria y la rentabilidad de los Centros Comerciales de Lima Norte, luego de obtener los resultados estadísticos. De igual manera, un alto porcentaje de los trabajadores encuestados equivalente al 66%, estuvo de acuerdo con que es muy imprescindible la conciencia tributaria que los arrendatarios posean, la cual se verá reflejada en la voluntad que ellos tengan para cumplir con las obligaciones tributarias, beneficiando la rentabilidad de los Centros Comerciales.

4. Se logró concluir con la tercera hipótesis específica planteada que existe una relación entre la cultura tributaria y la rentabilidad económica, obteniendo en los análisis estadísticos, un coeficiente de correlación de 0,794; la cual indica que hay una relación positiva alta. Asimismo, se reflejó en la tabla 10, figura 16,

en donde el 63% de las personas sometidas a las encuestas, respondieron que se encontraban de acuerdo con que los Centros Comerciales al cobrar intereses a los arrendatarios por el pago impuntual de las rentas, contribuye en el desarrollo de un ambiente de cultura tributaria formal.

CAPÍTULO

VI. RECOMENDACIONES

Recomendaciones

1. Se recomienda que los Centros Comerciales incluyan una cláusula en sus contratos de arrendamiento, la cual indique que se les cobrará a los arrendatarios una penalidad en caso se logre detectar que estén cometiendo evasión, con la finalidad de que los arrendatarios se vean obligados a cumplir con sus deberes tributarios y sus obligaciones contractuales. De esta manera se fomentará a que se cree un ambiente de cultura tributaria formal dentro de los Centros Comerciales, lo que consecuentemente los beneficiará en su recaudación de las rentas, por ende, aumentará la rentabilidad de los mismos.

2. Respecto a la primera hipótesis específica, se recomienda que los Centros Comerciales de Lima Norte impulsen a sus arrendatarios a visitar los lugares donde puedan obtener todo tipo de información tributaria oportuna y así proporcionarles conocimientos tributarios. De esta manera, los arrendatarios al conocer que poseen derechos tributarios y conocer cuáles son sus deberes tributarios, será más beneficioso para los Centros Comerciales en cuanto a su rentabilidad.

3. Asimismo, se recomienda a los Centros Comerciales de Lima Norte incluir en sus contratos con los arrendatarios a que asistan a charlas tributarias a fin de crear en ellos conciencia tributaria y conocer los beneficios por ser buenos contribuyentes, de esta manera, los arrendatarios cumplirán con los pagos de las rentas, contribuyendo correctamente con los Centros Comerciales y su rentabilidad.

4. Finalmente, es recomendable promover un ambiente de cultura tributaria formal en los Centros Comerciales de Lima Norte, a fin de que los arrendatarios aprendan a convivir en este ambiente de cultura tributaria, en consecuencia, cumplirán con sus deberes tributarios correctamente; contribuyendo con la rentabilidad económica de los Centros Comerciales.

CAPÍTULO

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Albornoz, N. (2014). *Rentabilidad, riesgo y eficiencia de los mercados bursátiles Estadounidense, Español, Mexicano y Venezolano, periodo 2000-2009*. (Tesis de doctorado) Universidad de Córdoba, Córdoba, España.
- Ataliba, G. (2003). *Hipótesis de incidencia tributaria*. Sao Paulo, Brasil: Editorial Malheiros.
- Banfi, D. (2013). *La cultura tributaria para el cumplimiento de la obligación tributaria Agosto 2013 – Enero 2014*. Universidad Privada Rafael Bellosa, Venezuela.
- Bravo, F. (2011). *Los valores personales no alcanzan para explicar la conciencia tributaria: Experiencia en el Perú – CIAT*. Revista de Administración Tributaria N° 31. Perú.
- Bromberg, P. (2009). *Cultura tributaria como política tributaria*. Colombia: Instituto de Estudios Urbanos de la Universidad Nacional de Colombia.
- Buga, M. (2015). *Cultura tributaria y obligaciones tributarias en las empresas comerciales del emporio Gamarra, 2014*. (Tesis de pregrado). Universidad San Martín de Porres, Lima, Perú.
- Caballero, B. (2010). *Manual tributario 2009*. Lima, Perú: Editorial Tinco SA.
- Coque, P. (2013). *Incidencia en la cultura tributaria del pago de los impuestos de los comerciantes de la calle J Solanda*. Universidad Central del Ecuador, Ecuador.
- Córdoba, M. (2012). *Gestión Financiera*. Bogotá, Colombia: ECOE, Ediciones.

- Diaz, M. (2013). *Producción, comercialización y rentabilidad de la naranja y su relación con la economía del Cantón La Maná y su zona de influencia, 2011*. Universidad Técnica de Cotopaxi, La Maná, Ecuador.
- Effio, F. (2015). *Cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado Huamantanga del distrito de Puente Piedra – Periodo 2015*. (Tesis de pregrado). Universidad César Vallejo, Lima, Perú.
- Elizondo, A. (2002). *Metodología de la investigación contable*. México DF, México: Thomson.
- Fishbein, M. & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to theory and research*. Massachusetts, Estados Unidos: Addison – Wesley.
- Florian, S. (2017). *Cultura tributaria y calidad de la gestión recaudatoria en la gerencia de rentas de la municipalidad provincial de Barranca, 2016*. (Tesis de maestría). Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú.
- Gitman, L. (2003). *Principios de administración financiera*. Décima edición. México D.F., México: Pearson.
- Hernández, R. (2014). *Metodología de la investigación*. México DF, México: McGraw-Hill Interamericana Editores SA de CV.
- León, C. (2006). *Cultura tributaria*. Recuperado de mail.ups.edu.ec/emprendedor/publicaciones/emprendedor1/con tenidos.
- Marlon, M. (2016). *Control interno y rentabilidad en la empresa ADM Aduanas S.A.C., Callao, 2015*. (Tesis de pregrado). Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú.

- Méndez, F. (2011). *Desarrollo de una escala para la medición de la ubicuidad en el marco de m-comercio* (Tesis de doctorado). Universidad Autónoma de Madrid, Madrid, España.
- Milla, M. (2014). *Los beneficios tributarios de la amazonía y la rentabilidad de la empresa IP Combustible S.A. Iquitos, 2014.* (Tesis de pregrado). Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú.
- Mogollón, V. (2014). *Nivel de cultura tributaria en los comerciantes de la ciudad de Chiclayo en el periodo 2012 para mejorar la recaudación pasiva de la región - Chiclayo, Perú* (Tesis de pregrado). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo, Perú.
- Pachas, C. (2016). *El planeamiento tributario como instrumento de gestión empresarial y la rentabilidad en las empresas de transporte terrestre de carga de Lima Metropolitana, 2014.* (Tesis de pregrado). Universidad San Martín de Porres, Lima, Perú.
- Pérez, A. (2002). *Factores determinantes de la rentabilidad financiera de las pymes.* Revista española de financiación y contabilidad.
- Roca, C. (2008). *Estrategias para la formación de la cultura tributaria. Asamblea General del CIAT N° 42.* Guatemala: Temática Tributaria.
- Rodríguez, Z. (2015). *Caracterización de la cultura tributaria de las micro y pequeñas empresas rubro moto repuestos comerciales ubicadas en la avenida Buenos Aires del distrito de Sullana - 2014* (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote, Sullana, Perú.
- Sánchez, J. (2002). *Análisis de rentabilidad de la empresa.* Madrid, España.

- Silva, G. (2016). *La cultura tributaria en la gestión de las micro y pequeñas empresas formales en el distrito de Celendín: Una estrategia de mejora*. (Tesis de maestría). Universidad Nacional de Cajamarca, Cajamarca, Perú.
- Solórzano, D. (2011). *La cultura tributaria, un instrumento para combatir la evasión tributaria en el Perú*. Lima, Perú.
- Soriano, J. (2010). *Introducción a la contabilidad y a las finanzas*. Profit editorial. Barcelona, España.
- Valero, M., Ramírez, E. & Moreno, F. (2010). *Ética y cultura tributaria en el contribuyente*. Daena: International Journal of Good Conscience, 5 (1), 58-73.
- Vera, S. (2017). *Motivación y cultura tributaria en estudiantes de primer ciclo, 2016* (Tesis de maestría). Universidad César Vallejo, Lima, Perú.
- Villegas, H. (2012). *Curso de finanzas, derecho tributario y financiero*. Buenos Aires, Argentina: Depalma.
- Zamora, A. (2011). *Rentabilidad y ventaja comparativa*. Michoacán, Mexico: EAE.

CAPÍTULO

VIII. ANEXOS

ANEXO N° 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA – Cultura Tributaria y rentabilidad en los Centros Comerciales de Lima Norte – 2017.

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	INDICADORES	METODOLOGIA
<u>GENERAL</u> ¿Cuál es la relación que existe entre la cultura tributaria y la rentabilidad en los Centros Comerciales de Lima Norte - 2017?	<u>GENERAL</u> Determinar la relación que existe entre la cultura tributaria y la rentabilidad en los Centros Comerciales de Lima Norte - 2017.	<u>GENERAL</u> Existe relación entre la cultura tributaria y la rentabilidad en los Centros Comerciales de Lima Norte - 2017.	CULTURA TRIBUTARIA	<ul style="list-style-type: none">- INFORMACIÓN OPORTUNA- DERECHOS TRIBUTARIOS- DEBERES TRIBUTARIOS- POLITICAS TRIBUTARIAS- ACTITUDES Y CREENCIAS TRUBUTARIAS- VOLUNTAD- MORAL PERSONAL- MORAL COLECTIVA	1. TIPO DE ESTUDIO El tipo de estudio a realizar es descriptivo-correlacional, descriptivo porque se describirá cada una de las variables y correlacional porque se explicará la relación entre la variable 1 y variable 2. 2. DISEÑO DE ESTUDIO El tipo de diseño a realizar es no experimental, porque las variables no serán manipuladas. POBLACIÓN Y MUESTRA 3. TIPO DE MUESTRA Se utilizará el muestro probabilístico. 4. TAMAÑO DE MUESTRA 33 trabajadores 5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS Variable 1: EVASION TRIBUTARIA Técnica: La técnica a utilizar será la encuesta. Instrumento: El instrumento será el cuestionario que es de elaboración propia. Variable 2: RECAUDACION Técnica: La técnica a utilizar será la encuesta. Instrumento: El instrumento será el cuestionario que es de elaboración propia.
<u>ESPECIFICO</u> ¿Cuál es la relación que existe entre el conocimiento tributario y la rentabilidad en los Centros Comerciales de Lima Norte - 2017?	<u>ESPECIFICO</u> Determinar la relación que existe entre el conocimiento tributario y la rentabilidad en los Centros Comerciales de Lima Norte – 2017.	<u>ESPECIFICO</u> Existe relación entre el conocimiento tributario y la rentabilidad en los Centros Comerciales de Lima Norte - 2017.			
<u>ESPECIFICO</u> ¿Cuál es la relación que existe entre la conciencia tributaria y la rentabilidad en los Centros Comerciales de Lima Norte - 2017?	<u>ESPECIFICO</u> Determinar la relación que existe entre la conciencia tributaria y la rentabilidad en los Centros Comerciales de Lima Norte - 2017.	<u>ESPECIFICO</u> Existe relación entre la conciencia tributaria y la rentabilidad en los Centros Comerciales de Lima Norte – 2017.	RENTABILIDAD	<ul style="list-style-type: none">- ACTIVOS FIJOS- INTERESES- IMPUESTOS- INVERSION- CAPITAL PROPIO- CARGAS FINANCIERAS- DIVIDENDO- PATRIMONIO	
<u>ESPECIFICO</u> ¿Cuál es la relación que existe entre la cultura tributaria y la rentabilidad económica en los Centros Comerciales de Lima Norte - 2017?	<u>ESPECIFICO</u> Determinar la relación que existe entre la cultura tributaria y la rentabilidad económica en los Centros Comerciales de Lima Norte - 2017.	<u>ESPECIFICO</u> Existe relación entre la cultura tributaria y la rentabilidad económica en los Centros Comerciales de Lima Norte – 2017.			

7	La moral personal de cada arrendatario contribuye con la buena recaudación y la rentabilidad económica en los Centros Comerciales.					
MORAL COLECTIVA						
8	La moral colectiva determina el cumplimiento de las obligaciones tributarias permitiendo la correcta recaudación de los Centros Comerciales.					
RENTABILIDAD						
RENTABILIDAD ECONOMICA						
ACTIVOS FIJOS						
9	La rentabilidad sobre los activos fijos de los Centros Comerciales, presenta una tendencia creciente en un ambiente de cultura tributaria formal.					
INTERESES						
10	Los intereses cobrados por el pago impuntual de las rentas de los Centros Comerciales, mejora la cultura tributaria.					
IMPUESTOS						
11	El incremento de los impuestos pagados correctamente por los arrendatarios demuestra un avance de la cultura tributaria en los Centros Comerciales.					
INVERSION						
12	Las inversiones en los Centros Comerciales se incrementan al encontrarse en ambientes de cultura tributaria formal.					
RENTABILIDAD FINANCIERA						
CAPITAL PROPIO						
13	La rentabilidad del capital propio incrementa en un ambiente de cultura tributaria formal.					
CARGAS FINANCIERAS						
14	Las cargas financieras en los Centros Comerciales permiten invertir en activos que redundan en una rentabilidad futura.					
DIVIDENDO						
15	La rentabilidad por dividendos en los Centros Comerciales indica la remuneración que recibe el inversor a través del pago de dividendos.					
PATRIMONIO						
16	La variación del patrimonio permite establecer la posición de la rentabilidad financiera.					

ANEXO N° 3: VALIDACION DE INSTRUMENTO



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a)(ita): *Patricia Padilla*Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mi saludo y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de Desarrollo de Proyecto de Investigación de la UCV, en la sede Lima Norte requiero validar el instrumento con el cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré el título de Contador Público.

El título de mi proyecto de investigación es: **Cultura tributaria y rentabilidad en los Centros Comerciales de Lima Norte, 2017** y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

Firma

Apellidos y nombre:
Merigildo Suchero, Melissa Liliana

D.N.I: 76156315



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones (precisar si hay suficiencia): SI HAY SUFICIENCIAOpinión de aplicabilidad: Aplicable ☒ Aplicable después de corregir [] No aplicable []Apellidos y nombres del juez validador. PADILLA VENTO, PAOLA DNI: 09402744Especialidad del validador: DRA EN CONTABILIDAD



 Firma del Experto Informante.

18 de 10 del 2018¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a)(ita): *Walter Ibarra*

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mi saludo y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de Desarrollo de Proyecto de Investigación de la UCV, en la sede Lima Norte requiero validar el instrumento con el cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré el título de Contador Público.

El título de mi proyecto de investigación es: **Cultura tributaria y rentabilidad en los Centros Comerciales de Lima Norte, 2017** y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Firma

Apellidos y nombre:
Merigildo Suchero, Melissa Liliana

D.N.I: 76156315



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si Hay SuficienciaOpinión de aplicabilidad: Aplicable [☒] Aplicable después de corregir [] No aplicable []Apellidos y nombres del juez validador. Ibarra Fretell, Walter DNI: 06098355Especialidad del validador: Dr. CONTABILIDAD18 de 10 del 20 18

Firma del Experto Informante.

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a)(ita): *Mariano Mucha*Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mi saludo y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de Desarrollo de Proyecto de Investigación de la UCV, en la sede Lima Norte requiero validar el instrumento con el cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré el título de Contador Público.

El título de mi proyecto de investigación es: **Cultura tributaria y rentabilidad en los Centros Comerciales de Lima Norte, 2017** y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

Firma

Apellidos y nombre:

Meregildo Suchero, Melissa Liliana

D.N.I: 76156315



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones (precisar si hay suficiencia): SI HAY SUFICIENCIAOpinión de aplicabilidad: Aplicable [☒] Aplicable después de corregir [☐] No aplicable [☐]Apellidos y nombres del juez validador: DR. Mariano Pluta Pastor DNI: 17810102Especialidad del validador: DOCTOR EN CONTABILIDAD Y FINANZAS

Firma del Experto Informante.

15 de octubre del 2018¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

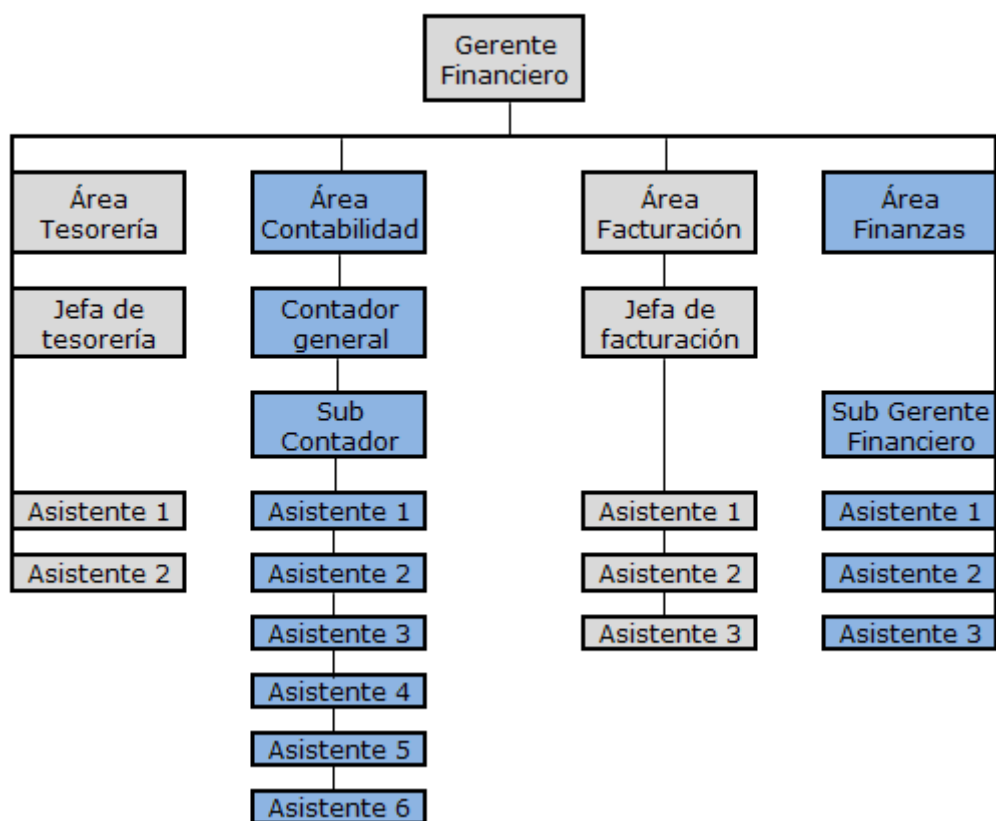
Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

ANEXO N° 4: BASE DE DATOS

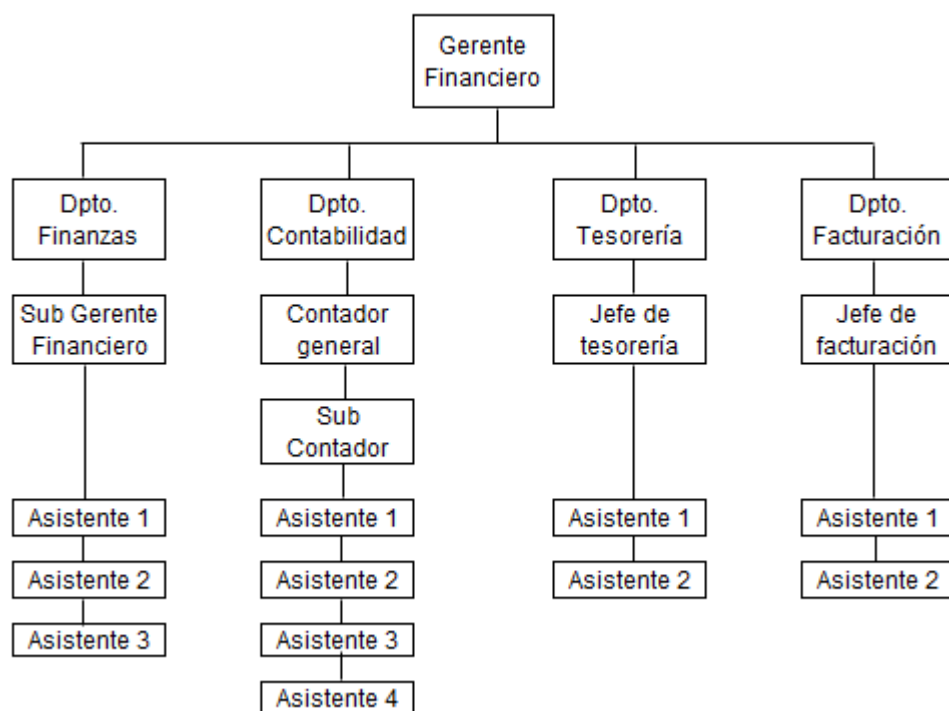
nro	Cultura Tributaria								Rentabilidad							
	Conocimiento tributarios				Conciencia tributaria				Rentabilidad económica				Rentabilidad Financiera			
	item 1	item 2	item 3	item 4	item 5	item 6	item 7	item 8	item 9	item 10	item 11	item 12	item 13	item 14	item 15	item 16
1	4	5	4	5	5	4	5	4	3	5	5	5	4	5	4	4
2	5	4	3	4	5	3	4	4	4	4	5	5	3	4	5	5
3	4	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	5	5	4	4	5
4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5
6	4	4	5	5	5	3	5	5	4	4	5	5	4	5	3	3
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5
8	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5
9	3	5	4	5	5	5	4	5	4	3	5	5	4	4	3	5
10	5	3	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5
11	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5
12	4	4	5	4	3	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5
13	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5
14	4	5	5	5	5	3	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5
15	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5
16	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
17	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5
18	4	4	5	5	5	5	4	4	3	4	5	5	4	4	4	5
19	3	5	5	4	3	2	2	4	4	2	2	5	3	5	1	5
20	1	2	2	4	4	5	3	3	4	2	3	5	5	4	5	5
21	4	1	4	5	1	2	5	1	3	4	4	1	2	5	3	5
22	1	4	4	4	2	4	4	2	1	2	1	3	1	4	4	1
23	3	2	2	4	5	4	4	4	1	5	4	4	5	2	5	2
24	2	2	3	2	2	4	2	3	4	2	3	2	1	5	2	4
25	4	3	2	2	3	1	4	4	2	4	2	4	2	4	5	5
26	2	3	3	4	4	4	3	2	3	2	3	1	3	5	4	4
27	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	1	3	2	5	3	5
28	4	1	2	4	4	4	4	2	1	2	3	4	2	2	4	4
29	5	4	2	3	2	2	2	3	5	4	4	2	5	3	3	4
30	2	2	4	2	5	3	1	2	2	3	3	5	4	2	2	2
31	4	3	3	4	2	3	2	4	2	2	2	2	4	3	4	3
32	2	1	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	4	3	2	2
33	4	3	2	4	2	3	2	4	4	4	1	4	2	3	5	4

ANEXO N° 5: ORGANIGRAMAS

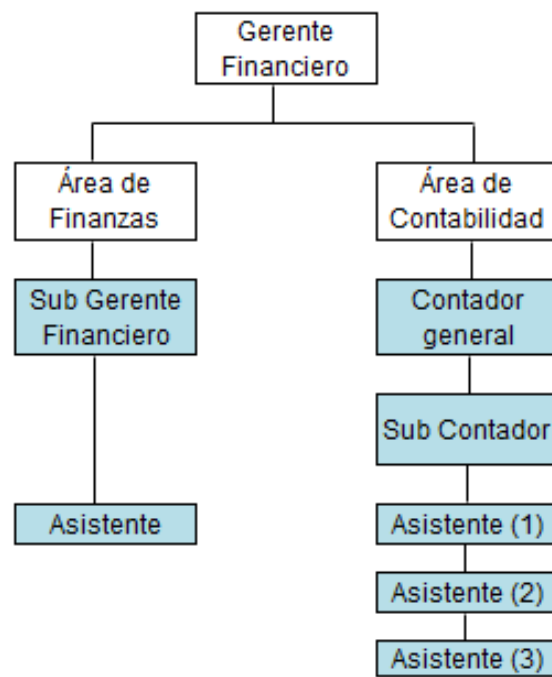
Centro Comercial 1 – Lima Norte

Departamento de Administración y Finanzas

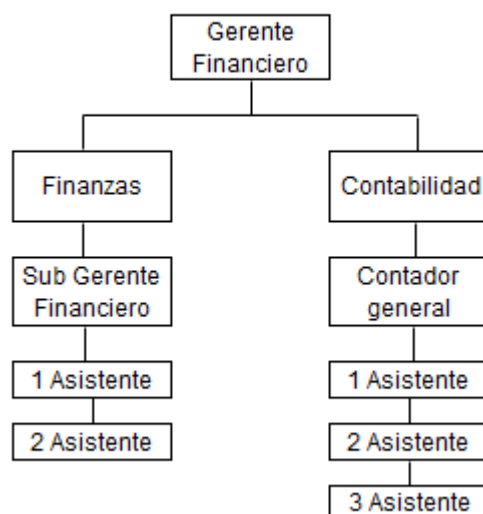
Centro Comercial 2 – Lima Norte

Área Contable

Centro Comercial 3 – Lima Norte

Dpto. Contabilidad y Finanzas

Centro Comercial 4 – Lima Norte

Contabilidad y Finanzas

ANEXO N° 6: RESULTADO TURNITIN

Feedback Studio - Google Chrome
 https://ev.turnitin.com/app/carta/es/?u=1082250644&s=&student_user=1&lang=es&o=1050013501

feedback studio Melissa Liliana Meregildo Suchero Tesis parafraseada

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
 CONTADOR PÚBLICO

AUTOR:
 Melissa Liliana Meregildo Suchero

ASESOR:
 Dr. Alberto Álvarez

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
 Tributación

Resumen de coincidencias

27 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)

Coincidencias

1	repositorio.upeu.edu.pe	4 %	>
	Fuente de Internet		
2	repositorio.uladech.ed...	3 %	>
	Fuente de Internet		
3	Entregado a Universida...	3 %	>
	Trabajo del estudiante		
4	docplayer.es	1 %	>
	Fuente de Internet		
5	helvia.uco.es	1 %	>
	Fuente de Internet		
6	Entregado a Universida...	1 %	>
	Trabajo del estudiante		

Página: 1 de 96 Número de palabras: 12470

Text-only Report | High Resolution Activado

ANEXO N° 7

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código : F06-PF-PR-02.02 Versión : 07 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
--	---	---

Yo, **ALVAREZ LOPEZ ALBERTO**, docente de la Facultad DE CIENCIAS EMPRESARIALES y Escuela Profesional de CONTABILIDAD de la Universidad César Vallejo SEDE LIMA NORTE, revisor(a) de la tesis titulada "**CULTURA TRIBUTARIA Y RENTABILIDAD EN LOS CENTROS COMERCIALES DE LIMA NORTE, 2017**" del (de la) estudiante **MELISSA LILIANA MEREGILDO SUCHERO**, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 27% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Los Olivos, 10 de Diciembre del 2018



 Firma
 ALVAREZ LOPEZ ALBERTO
 DNI: 10690346

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------

ANEXO N° 8



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)
"César Acuña Peralta"

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN O LA TESIS

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: (solo los datos del que autoriza)

Meregildo Suchero, Melissa Liliana

D.N.I. : 76156315

Domicilio : Calle San Ernesto 6269, Los Olivos

Teléfono : Fijo : Móvil : 953299311

E-mail : melissa.meregildo.31@gmail.com

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

☐ Trabajo de Investigación de Pregrado☒ Tesis de Pregrado

Facultad : Ciencias Empresariales

Escuela : Profesional de Contabilidad

Carrera : Contabilidad

☐ Grado ☒ Título

Contador Público

☐ Tesis de Post Grado☐ Maestría☐ Doctorado

Grado :

Mención :

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:

Meregildo Suchero, Melissa Liliana

Título del trabajo de investigación o de la tesis:

Cultura tributaria y rentabilidad en los Centros Comerciales
de Lima Norte, 2017.

Año de publicación : 2018

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento,

☒ Si autorizo a publicar en texto completo mi trabajo de investigación o tesis.☐ No autorizo a publicar en texto completo mi trabajo de investigación o tesis.

Firma :

Fecha : 03-05-2019

ANEXO N° 9

**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO****AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTÓ BUENO QUE OTORGA LA ENCARGADA DE INVESTIGACIÓN DE

LA ESCUELA DE CONTABILIDAD.

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

MEREGILDO SUCHERO, MELISSA LILIANA

INFORME TITULADO:

CULTURA TRIBUTARIA Y RENTABILIDAD EN LOS
CENTROS COMERCIALES DE UMA NORTE, 2017.

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

CONTADOR PÚBLICO

SUSTENTADO EN FECHA: 10-12-2018

NOTA O MENCIÓN: 17



[Firma]
FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACION

ANEXO N° 10

Feedback Studio - Google Chrome
 https://ev.turmatel.com/docs/signature/.../1650911504


feedback studio Melissa Liliana Meregildo Suchero Tesis para frateada

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
 CONTADOR PÚBLICO

AUTOR:
 Melissa Liliana Meregildo Suchero

ASESOR:
 Dr. Alberto Álvarez

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
 Tributación



Página 1 de 96 Número de palabras: 12470 Text-only Report High Resolution Activado

Resumen de coincidencias

27 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)

Coincidencias

1	repositorio upsi.edu.pe	4 %	>
2	repositorio ula.dech.edu	3 %	>
3	Entregado a Universidad	3 %	>
4	docplayer.es	1 %	>
5	helvia.uto.es	1 %	>
6	Entregado a Universidad	1 %	>